
BACHELORARBEIT

Frau
Hannah Fußer

**Behindertensport: Möglichkei-
ten und Grenzen der
Öffentlichkeitsarbeit für eine
Randsportart am Beispiel des
medizintechnischen
Unternehmens Ottobock**

BACHELORARBEIT

Behindertensport: Möglichkei- ten und Grenzen der Öffentlichkeitsarbeit für eine Randsportart am Beispiel des medizintechnischen Unternehmens Ottobock

Autor/in:
Frau Hannah Fußer

Studiengang:
Angewandte Medienwirtschaft

Seminargruppe:
AM09wS2-B

Erstprüfer:
Herr Professor Horst Müller MBA

Zweitprüfer:
Frau Stefanie Thees
Diplom Soziologin

Einreichung:
Mittweida, 31.Juli 2012

BACHELOR THESIS

disabled sports: prospects and limitations of public rela- tions for marginal sport, using the medical device company Ottobock as an example

author:

Ms. Hannah Fußer

course of studies:

Applied Media Economics

seminar group:

AM09wS2-B

first examiner:

Mr. Professor Horst Müller MBA

second examiner:

Ms. Stefanie Thees

Sociologist

submission:

Mittweida, 31th, July 2012

Bibliografische Angaben

Fußer, Hannah:

Behindertensport: Möglichkeiten und Grenzen der Öffentlichkeitsarbeit für eine Randsportart am Beispiel des medizintechnischen Unternehmens Ottobock

disabled sports: prospects and limitations of public relations for marginal sport, using the medical device company Ottobock as an example

99 Seiten, Hochschule Mittweida, University of Applied Sciences,
Fakultät Medien, Bachelorarbeit, 2012

Abstract

Die vorliegende Bachelorarbeit beschäftigt sich mit Kommunikationsmöglichkeiten und Grenzen der Öffentlichkeitsarbeit privater Unternehmen für eine Randsportart. Gerade in der heutigen Zeit, in der fast nur Ereignisse des Spitzensports im Mittelpunkt des öffentlichen Interesses und somit auch der Sportberichterstattung stehen und Spitzensportler mit Einschränkung trotz Höchstleistungen noch lange nicht die selbe mediale Beachtung wie normale Sportler erhalten, sollte ein Versuch gestartet werden die Ursachen für diesen Zustand zu finden, um mögliche Problemlösungen erarbeiten zu können. Im Fokus der Analyse steht das medizintechnische Unternehmen Ottobock, offizieller Sponsor der Paralympics 2012 und dessen Kommunikationsstrategien im PR- Bereich. Ziel der Bachelorarbeit ist es die Frage, ob ein solches privates Unternehmen wie Ottobock die Möglichkeiten besitzt, mittels unternehmerischen Öffentlichkeitsarbeiten, den Behindertensport als Thema in der Öffentlichkeit zu kommunizieren, zu beantworten? Mittels Recherchenarbeiten, der nach Aussagen des Unternehmens verwendeten Kommunikationskanäle, sollen bereits erzielte Ergebnisse oder eben auch Grenzen herauskristallisiert werden. Neben klassischen Instrumenten wie Printmedien, Radio, Plakatwerbung und Eventmanagement, stehen vor allem Social Media Plattformen wie „Facebook“, „Twitter“ und „Youtube“ im Vordergrund der Untersuchung. Diese werden auf wesentliche Aspekte wie innovative Nutzbarkeit, Corporate Design und Wirkung geprüft. Klickzahlen, Bewertungen, Kommentare und „Facebook“ - Freundschaften werden als Untersuchungsgegenstände verwendet. Nach anschließender Bewertung und Ausarbeitung möglicher Grenzen und Schwächen der Kommunikationsmöglichkeiten, werden Optimierungsvorschläge, mit denen die zu ermittelten Hindernisse überwunden werden könnten, aufgezeigt. Im Ergebnis wird deutlich, dass Unternehmen wie Ottobock keine professionelle Öffentlichkeitsarbeit auf Seiten der Verbände im Bereich Behindertensport ersetzen können. Doch bereits durch den Gebrauch von Kommunikationsstrategien wie Social Media und die präzise Ausarbeitung der einzelnen Instrumente können erste Schritte in die richtige Richtung getan werden, um somit den Behindertensport als relevantes Thema in der Öffentlichkeit zu kommunizieren und Identifikation mit Behindertensportlern zu schaffen.

.

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis	VI
Abkürzungsverzeichnis	VIII
Abbildungsverzeichnis	IX
Tabellenverzeichnis	X
1 Einleitung.....	- 1 -
1.1 Zielsetzung der Arbeit	- 3 -
1.2 Aufbau der Bachelorarbeit.....	- 4 -
2 Behinderte in Deutschland	- 5 -
2.1 Definition laut Gesetz	- 8 -
2.2 Definition laut dem Deutschen Behindertensportverband	- 9 -
2.3 Ursachen einer Behinderung.....	- 10 -
3 Der Behindertensport	- 13 -
3.1 Die Geschichte des Behindertensports	- 15 -
3.2 Die Gesellschaftliche Bedeutung des Behindertensports	- 17 -
3.3 Organisationen im Behindertensport	- 20 -
4 Die Paralympischen Spiele.....	- 24 -
4.1 Die Geschichte der Paralympischen Spiele.....	- 26 -
4.2 Das Internationale Paralympische Komitee.....	- 28 -
4.2.1 Aufgaben und Ziele	- 28 -
4.2.2 Partnerschaften.....	- 30 -
4.2.3 Medien- und Öffentlichkeitsarbeit	- 32 -
5 Behindertensport und die Darstellung in den Medien.....	- 36 -
5.1 Chronik des Behindertensports in den Medien	- 37 -
5.2 Berichtende Medien	- 40 -
5.2.1 Quantitative Aspekte	- 40 -
5.2.2 Qualitative Aspekte	- 43 -
6 Ursachenanalyse - Faktoren, die die Berichterstattung über Behinderte beeinflussen	- 44 -
7 Private Unternehmen als Unterstützer des Behindertensports	- 49 -
7.1 Das medizintechnische Unternehmen Ottobock.....	- 49 -

7.2	Internationale Sportförderung.....	- 51 -
8	Analyse der Öffentlichkeitsarbeit.....	- 54 -
8.1	Definition Öffentlichkeitsarbeit	- 54 -
8.2	Ottobock und die Öffentlichkeitsarbeit	- 54 -
8.3	Zielsetzung der Öffentlichkeitsarbeit.....	- 55 -
8.4	Kommunikationsstrategien der Öffentlichkeitsarbeit	- 57 -
8.4.1	Die klassische Öffentlichkeitsarbeit	- 57 -
8.4.2	Events und Ausstellungen.....	- 61 -
8.4.3	Digitale Medien - „Youtube “	- 64 -
8.4.4	Social Media	- 67 -
8.5	Grenzen der Öffentlichkeitsarbeit	- 70 -
9	Zusammenfassung und Optimierungsvorschläge.....	- 75 -
	Literaturverzeichnis	LXXXII
	Eigenständigkeitserklärung	LXXXIX

Abkürzungsverzeichnis

BIS	Behindertensport in Sachsen
CPISRA	Cerebral Palsy- International Sports and Recreation Association
DBS	Der Deutsche Behindertensportverband
DOSB	Der Deutsche Olympische Sportbund
DVS	Deutscher Versehrtensportverband
IBSA	International Blind Sports Association
INAS-FMH	International Sports Federation for Persons with Mental Handicap
IOC	International Olympic Committee
IPC	International Paralympic Committee
ISMWSF	International Stoke Mandeville Wheelchair Sports Federation
ISOD	International Sports Organization for the Disabled
NPC	National Paralympic Committee
PR	Public Relations
SGB	Sozialgesetzbuch

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Paralympische Spiele 2008. Schwimmerin Jessica Long USA.	- 13 -
Abbildung 2: Kampagne des Canadian Paralympic Comittee.....	- 18 -
Abbildung 3: Logo des Internationalen Paralympischen Komitees.....	- 20 -
Abbildung 4: Logo- Deutscher Behindertensportverband/ National Paralympic Committee Germany.	- 22 -
Abbildung 5: Paralympische Spiele 2012.	- 24 -
Abbildung 6: 1948 „Stoke- Mandevill- Games“	- 26 -
Abbildung 7: Schülerprojekt „Paralympics Zeitung.“	- 33 -
Abbildung 8: Maskottchen der Paralympics 2012.	- 34 -
Abbildung 9: Paralympics 2006- Skilangläufer Brian McKeever.	- 44 -
Abbildung 10: Plakatwerbung Ottobock am Hauptbahnhof Berlin.....	- 60 -
Abbildung 11: Science Center Medizintechnik in Berlin.	- 61 -
Abbildung 12: „ARD“ und „ZDF“ Neue Olympia Kampagne.	- 75 -

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Schwerbehinderte Menschen in Deutschland, nach Altersgruppen und Ländern. 31.12.2007.....	- 7 -
Tabelle 2: Ursache der Behinderung (1985-2007).....	- 11 -

1 Einleitung

8. Juni 2012 – Millionen von Menschen fieberten diesem Datum schon lange entgegen. In mehreren Städten wurden kilometerlange Fan-Meilen errichtet, auf denen hunderttausende Fans zum Public Viewing zusammentrafen. Die Stadien waren schon Wochen zu vor ausverkauft und im Fernsehen lief die, extra für die EM konzipierte Werbung, von „Coca Cola“, „Nivea“ und „TicTac“ täglich rauf und runter. 2012 ist definitiv das Jahr der Sportveranstaltungen, ganz vorne mit dabei die Olympischen Spiele in London und die Fußball EM in Polen und der Ukraine. Gerade die Fußball EM versprach ein Fußballfest aller europäischen Nationen zu werden. Im Hinblick auf den Hype um die Fußball-Europameisterschaft 2012 ist nun der richtige Zeitpunkt, einmal Abstand vom Profileistungssport, wie er uns täglich im Fernsehen begegnet, zu nehmen. Wenig beachtet, fristet der Behindertensport in der heutigen Gesellschaft eher ein Schattendasein. Welche Bedeutung der Sports gerade für Menschen mit medizinischen und sozialen Einschränkungen hat, wurde im Laufe der Zeit mehr und mehr erkannt. Vereine und Verbände für Behindertensport sind gegründet worden und leisten gute Arbeit. Besonders wichtig sind dabei internationale Sportereignisse des Behindertensports, insbesondere die Paralympics. Im Mittelpunkt des öffentlichen Interesses und somit auch der Sportberichterstattung stehen aber fast nur nationale und internationale Ereignisse des herkömmlichen Spitzensports. Neben dem Breitensport rückte auch der Sport für Behinderte immer weiter in den Hintergrund. Trotz Höchstleistungen und einer Vielzahl an Wettkämpfen, erhalten Spitzensportler mit Einschränkung noch lange nicht die selbe mediale Beachtung wie Sportler ohne Handicap.

Heutzutage kennt kaum jemand einen behinderten Sportler mit Namen. Fällt es dem Publikum etwa schwer, sich mit gehandicapten Personen zu identifizieren? Nach Meinungen vieler Behindertensportler werden sie von den Medien regelrecht ausgegrenzt. So rief Friedhelm Julius Beucher, Präsident des deutschen Behindertensportverbands, die Medien auf:

"Ich möchte Sie bitten, der Berichterstattung über den Wintersport unserer behinderten Leistungssportler, die bekanntlich zu den Besten der Welt zählen, angemessenen Raum in Ihrem Medium zur Verfügung zu stellen."

Nur so könnten Chancengleichheit sowie der Respekt vor den Leistungen der Athleten gewährleistet sein, betonte der DBS-Präsident.¹

In unserem Land, in dem 8,6 Millionen Einwohner mit Behinderungen leben, sollte der Behindertensport mit allen Disziplinen ein selbstverständlicher Gegenstand medialen Interesses werden.² Dies insbesondere vor dem Hintergrund seiner gesellschaftlichen und sozialen Dimension. Die Medien können eine wesentliche Rolle hinsichtlich der Akzeptanz und Integration von Menschen mit Behinderung spielen. Nur eine massenmediale Berichterstattung kann den Beleg der körperlichen Spitzenleistungen Behinderter erbringen und damit die Integration von Menschen mit Handicap in die Gesellschaft unterstützen. Menschen mit Einschränkungen kann durch die Teilhabe an sportlichen Wettkämpfen eine Anschlussmöglichkeit an das „nicht-behinderte“ gesellschaftliche Leben gegeben werden. Zudem kann der heutigen Gesellschaft über den öffentlich ausgetragenen Behindertensport deutlich gemacht werden, dass Behinderte ein selbstverständlicher Teil gesamtgesellschaftlichen Lebens sind. Doch wie kann das Problem der unbefriedigenden Medienpräsenz gelöst werden? Allein die sportlichen Leistungen scheinen nicht mehr zu genügen. Differenzierung und Inszenierung durch Zusatzleistungen rücken in der Medienwelt in den Vordergrund. Strategien wie Personalisierung, Fokussierung auf Individuen, auf Sporthelden, die miteinander konkurrieren und kämpfen, scheinen im Behindertensport nicht zu laufen.

¹ Der deutsche olympische Sportbund: Behindertensport. Medien sollen mehr berichten. 22.01.2012. URL: http://www.dosb.de/de/olympia/detail/news/beucher_medien_sollen_mehr_ueber_behindertensport_berichten/. Abrufdatum: 03.05.2012

² Sommer, Guist, Christine: Behinderte in Deutschland. Mai 2008. URL: <http://www.goethe.de/ges/soz/soz/de3394825.htm>. Abrufdatum: 06.05.2012

1.1 Zielsetzung der Arbeit

Biathleten ohne Augenlicht, gelähmte Athleten, die Eishockey spielen, 100-Meter-Läufer ohne Beine - was unmöglich erscheint, ist längst Wirklichkeit. Menschen mit einer Behinderung treiben Höchstleistungssport, der dem der Menschen ohne Einschränkung in kaum etwas nachsteht. Trotzdem findet der Behindertensport in der Öffentlichkeit kaum statt. Nicht einmal die spektakulären Sportarten wie zum Beispiel Blindenfußball und Rollstuhlbasketball finden Aufmerksamkeit.

Sportreporter Hans-Reinhard Scheu: *„Ein Ereignis, über das nicht berichtet wird, hat nicht stattgefunden.“*³

Vor diesem Hintergrund stellt sich die Frage, ob und wie die bisherige Ignoranz der Medien gegenüber dem Behindertensport und seiner gesellschaftlichen und sozialen Bedeutung überwunden werden kann? Wie können Verantwortliche helfen Barrieren zu überwinden? Welche Rolle spielt in diesem Zusammenhang die Öffentlichkeitsarbeit von privaten Unternehmen, die den Behindertensport aus kommerziellen Interessen fördern wollen?

Die hier vorliegenden Bachelorarbeit, die im Rahmen des Studiums Angewandte Medienwirtschaft an der Hochschule Mittweida University of Applied Sciences verfasst wurde, beschäftigt sich im weiteren Verlauf mit dem Thema:

Behindertensport: Möglichkeiten und Grenzen der Öffentlichkeitsarbeit für eine Randsportart am Beispiel des medizintechnischen Unternehmens Ottobock.

Im Mittelpunkt dieser Überlegungen soll zum einen das wichtigste Ereignis des Behindertensports, die Paralympics, stehen und zum anderen ein offizieller Sponsor der Spiele, das medizintechnische Unternehmen Ottobock und dessen Öffentlichkeitsarbeit im Behindertensport.

³ Scheu, Hans-Reinhard: Kein Fernsehen. Kein Ereignis: Von der Gnade televisionärer Wahrnehmung.
URL: <http://www.s-port.de/quovadis/0281.html>. Abrufdatum: 03.05.2012

Das medizintechnische Unternehmen stellt Prothesen her und verfolgt somit das Ziel, fehlende Körperteile so gut wie möglich durch technische Konstruktionen zu ersetzen, sowie eingeschränkte Körperfunktionen zu unterstützen, um somit die Lebensqualität für Menschen mit Handicap zu verbessern. So präsentiert sich Ottobock auch während den Paralympics. Mit eigens konstruierten Werkstätten unterstützt das Unternehmen Behindertensportler aus aller Welt. Mittels aufwendiger Öffentlichkeitsarbeit wie beispielsweise riesigen Cross Bannern im Berliner Hauptbahnhof, sowie Präsenz auf diversen Social Media Plattformen, versucht Ottobock den Behindertensport als Thema zu kommunizieren und Identifikation mit Sportlern und Unternehmen zu schaffen. Ob diese Kommunikationsmittel von Ottobock innovativ und wirksam genutzt werden, ist jedoch fraglich. Ziel der Bachelorarbeit ist zum einen die Ursachen für den defizitären Zustand der medialen Berichterstattung über den Behindertensport zu finden. Und zum zweiten zu untersuchen, ob ein privates Unternehmen, mit unternehmerischer Öffentlichkeitsarbeit dazu in der Lage ist, die Wahrnehmung des Behindertensports in der Öffentlichkeit zu verbessern. Hat ein kommerzieller Akteur mehr Möglichkeiten, die ermittelten Kommunikationshindernisse zu überwinden als die angestammten Non-Profit-Akteure der Sportverbände?

1.2 Aufbau der Bachelorarbeit

Die Bachelorarbeit gliedert sich in insgesamt zwei Bereiche. Ein erster allgemeiner Teil soll Einblicke in übergeordnete Themen geben: Insbesondere die Situation behinderter Menschen in Deutschland, sowie Fakten rund um die Paralympics darstellen, um dann mit der Darstellung des Behindertensports in den Medien mit anschließender Wirkungsanalyse abzuschließen. Der zweite, praktische Teil ist ganz dem Unternehmen Ottobock und dessen Verbindung zum Behindertensport gewidmet. Untersucht werden wesentliche Aspekte, wie Kommunikationsmittel- und -kanäle und die Frage ob diese auch richtig eingesetzt und innovativ genutzt werden? Welche Strategien stecken hinter der Öffentlichkeitsarbeit Ottobocks? Welche Ergebnisse konnte das Engagement bereits erzielen? Nach anschließender Bewertung und Ausarbeitung möglicher Grenzen und Schwächen der Kommunikationsmaßnahmen werden Optimierungsvorschläge für die Öffentlichkeitsarbeit des Unternehmen exemplarisch für alle Akteure des privaten Sektors aufgezeigt.

2 Behinderte in Deutschland

8,6 Millionen Menschen mit einer anerkannten Behinderung leben laut Statistischem Bundesamt in Deutschland. Betrachtet man dabei die Gesamtbevölkerung, so ist jeder zehnte Einwohner behindert. Davon gelten 7,1 Millionen als Menschen mit schweren Einschränkungen.⁴

Seit 1985 wird alle zwei Jahre eine Erhebung für die Bundesstatistik über schwerbehinderte Menschen durchgeführt. Insgesamt 55 Kategorien erfassen die Art der Behinderung. Dabei orientiert sich die Einteilung nicht primär an der Krankheitsdiagnose, wie z. B. Multiple Sklerose, sondern eher an der Erscheinungsform und der Funktionseinschränkung (z. B. Veränderung an den Gliedmaßen). Die Auswirkungen auf die Teilhabe am Leben in der Gesellschaft werden als Grad der Behinderung, nach Zehnergraden (20-100) abgestuft, festgestellt. Als schwerbehindert gelten Personen, denen von den Versorgungsämtern ein Grad der Behinderung von 50 oder mehr zuerkannt worden ist.⁵ Hierbei würden dem Betroffenen folgende Rechte und Nachteilsausgleiche zugesprochen werden: Steuerfreibetrag 570 €, bevorzugte Einstellung/Beschäftigung, erhöhter Kündigungsschutz, begleitende Hilfe im Arbeitsleben, Freistellung von Mehrarbeit, Zusatzurlaub von einer Arbeitswoche, Schutz bei Wohnungskündigung, vorgezogene Pensionierung Beamter mit 60 Jahren, Altersrente mit 60 bzw. 63 Jahren, Befreiung von der Wehrpflicht und vieles mehr.

Der Grad der Behinderung und der Grad der Schädigungsfolgen werden durch ärztliche Gutachter bemessen.⁶

⁴ Sommer, Guist, Christine: Behinderte in Deutschland- Wir sind auch toll. Mai 2008 URL: <http://www.goethe.de/ges/soz/soz/de3394825.htm>. Abrufdatum: 06.05.2012

⁵ Statistisches Landesamt Rheinland-Pfalz: Schwerbehinderte Menschen. In: Statistische Berichte. 2010

⁶ Familienratgeber: Überblick über Nachteilsausgleiche. URL: http://www.familienratgeber.de/schwerbehinderung/ueberblick_nachteilsausgleiche/index.php. Abrufdatum: 06.05.2012

Erwartungsgemäß kommen Behinderungen bei Menschen im fortgeschrittenen Alter häufiger vor. So waren 53,3% der Schwerbehinderten 65 Jahre und älter, weitere 21,1% gehörten der Altersgruppe zwischen 55 und 65 Jahren an. Nur 2,4 % waren Kinder und Jugendliche unter 18 Jahren.⁷

⁷ Statistisches Bundesamt: Pressemitteilung des statistischen Bundesamtes. 30.10.2008 URL: <http://www.bundesregierung.de/Content/DE/StatischeSeiten/Breg/ThemenAZ/BehinderteMenschen/behinderte-2007-07-05-zahlen-daten-fakten.html>. Abrufdatum: 06.05.2012

Gegenstand der Nachweisung	Insgesamt		Deutsche		Ausländer	
	Anzahl	je 1 000 Einwohner	Anzahl	je 1 000 Einwohner	Anzahl	je 1 000 Einwohner
Deutschland						
Männlich	3 587 250	89	3 396 665	93	190 585	51
Weiblich	3 330 922	79	3 203 572	83	127 350	36
Insgesamt	6 918 172	84	6 600 237	88	317 935	44
Nach Altersgruppen						
unter 4	14 297	5	13 786	5	511	4
4 - 15	105 930	12	97 099	12	8 831	12
15 - 25	157 075	17	145 131	17	11 944	12
25 - 35	200 510	21	183 404	23	17 106	11
35 - 45	447 270	34	418 635	36	28 635	20
45 - 55	826 264	66	782 764	68	43 500	45
55 - 65	1 410 756	148	1 300 432	148	110 324	145
65 und mehr	3 756 070	227	3 658 986	230	97 084	160
Nach Ländern						
Baden-Württemberg	780 177	73	712 991	75	67 186	53
Bayern	1 095 115	87	1 039 016	92	56 099	47
Berlin	333 733	98	314 110	107	19 623	41
Brandenburg	219 434	87	218 598	89	836	13
Bremen	59 043	89	55 151	95	3 892	46
Hamburg	132 895	75	123 745	82	9 150	36
Hessen	566 266	93	521 910	97	44 356	65
Mecklenburg-Vorpommern	148 755	89	148 381	90	374	9
Niedersachsen	641 092	80	625 774	84	15 318	29
Nordrhein-Westfalen	1 640 212	91	1 559 654	97	80 558	42
Rheinland-Pfalz	318 690	79	308 407	83	10 283	33
Saarland	88 707	86	86 127	91	2 580	30
Sachsen	296 485	70	295 088	72	1 397	12
Sachsen-Anhalt	171 654	71	171 092	72	562	12
Schleswig-Holstein	243 934	86	238 595	89	5 339	35
Thüringen	181 980	79	181 598	81	382	8

Tabelle 1: Schwerbehinderte Menschen in Deutschland, nach Altersgruppen und Ländern. 31.12.2007.⁸

⁸ Statistisches Bundesamt: Schwerbehinderte Menschen nach Altersgruppen, Ländern, Grad der Behinderung. 31.12.2007. URL: [/www.destatis.de/DE/Publikationen/Thematisch/Gesundheit/BehinderteMenschen/SozialSchwerbehindertKB2007pdf.pdf?__blob=publicationFile](http://www.destatis.de/DE/Publikationen/Thematisch/Gesundheit/BehinderteMenschen/SozialSchwerbehindertKB2007pdf.pdf?__blob=publicationFile). Abrufdatum: 13.07.2012

2.1 Definition laut Gesetz

Welcher Mitbürger als behindert eingestuft wird, ist aufgrund unterschiedlicher Definitionen schwer zu sagen. So sind für den Gesetzgeber andere Kriterien und Fakten von Bedeutung als für Behindertensportvereine. Allerdings unterscheiden sich alle Auslegungen minimal und orientieren sich meist an der Definition laut Gesetz.

Die Bedingungen, die erfüllt werden müssen, um vor dem Gesetz als behindert zu gelten sind im 9. Buch des Sozialgesetzbuches geregelt:

Die sozialrechtliche Definition gemäß SGB IX lautet wie folgt: §2

Behinderte:

„(1) Menschen sind behindert, wenn ihre körperliche Funktion, geistige Fähigkeit oder seelische Gesundheit mit hoher Wahrscheinlichkeit länger als sechs Monate von dem für das Lebensalter typischen Zustand abweichen und daher ihre Teilhabe am Leben in der Gesellschaft beeinträchtigt ist. Sie sind von Behinderung bedroht, wenn die Beeinträchtigung zu erwarten ist.

Schwerbehinderte:

(2) Menschen sind im Sinne des Teils 2 schwerbehindert, wenn bei ihnen ein Grad der Behinderung von wenigstens 50 vorliegt und sie ihren Wohnsitz, ihren gewöhnlichen Aufenthalt oder ihre Beschäftigung auf einem Arbeitsplatz im Sinne des § 73 rechtmäßig im Geltungsbereich dieses Gesetzbuches haben.

Gleichgestellte:

(3) Schwerbehinderten Menschen gleichgestellt werden sollen behinderte Menschen mit einem Grad der Behinderung von weniger als 50, aber wenigstens 30, bei denen die übrigen Voraussetzungen des Absatzes 2 vorliegen, wenn sie infolge ihrer Behinderung ohne die Gleichstellung einen geeigneten Arbeitsplatz im Sinne des § 73 nicht erlangen oder nicht behalten können (gleichgestellte behinderte Menschen).“⁹

Von einer Behinderung spricht man demnach bei einer dauerhaften Einschränkung körperlicher und/oder geistiger Funktionen und Fähigkeiten, die den Betroffenen im Vergleich zur restlichen Bevölkerung massiv im Alltagsleben beeinträchtigen.

2.2 Definition laut dem Deutschen Behindertensportverband

„Als Behinderung gilt jede funktionelle Störung, die Sport nicht ohne Einschränkung betreiben lässt. Einschränkung auf körperlicher, geistiger und seelischer Ebene, Einschränkungen der Motorik, der Denk- oder Lernfähigkeit, der Kommunikation und/ oder der Verhaltensweisen.“

Weiterhin heißt es, dass eine Behinderung nicht mit einer Anomalität gleichzusetzen sei. Eine Behinderung stelle lediglich eine Andersartigkeit durch eine funktionelle Störung dar.¹⁰

Tatsache ist, dass gehandicapte Menschen in unserer Gesellschaft noch immer vorrangig mit „Behinderte“ bezeichnet werden, wobei der Begriff meist eine abwertende Bedeutung enthält.

⁹ Sozialgesetzbuch: § 2 SGB IX Behinderung. URL: <http://www.sozialgesetzbuch-sgb.de/sgbix/2.html>.
Abrufdatum: 07.05.2012

¹⁰ Worms, Lutz und Kemmerling, Manfre.: Trampolinspringen mit Schwerstbehinderten. Meyer & Meyer Verlag. 2003. Seite 73

Um ein Umdenken zu erzielen, wird nun mehr die Bezeichnung „Menschen mit Einschränkungen“ oder auch „Menschen mit Behinderung“ erwähnt, der Blick soll auf den Menschen und nicht auf die Behinderung selbst gelenkt werden.¹¹

2.3 Ursachen einer Behinderung

„Aufgrund einer Erkrankung, angeborenen Schädigung oder eines Unfalls als Ursache entsteht ein dauerhafter gesundheitlicher Schaden. Der Schaden führt zu einer funktionalen Beeinträchtigung der Fähigkeiten und Aktivitäten des Betroffenen. Die soziale Beeinträchtigung ist Folge des Schadens und äußert sich in persönlichen, familiären und gesellschaftlichen Konsequenzen.“¹²

Laut Gesundheitsberichterstattung des Bundes könnten Ursachen einer Behinderung vielfältig sein. Dabei gälten angeborene Behinderungen, Krankheiten, Unfälle, Kriegs-, Wehrdienst- oder Zivildienstbeschädigung als Ursache.¹³

¹¹ Goethe Institut: Soziales in Deutschland. Behinderte in Deutschland- Wir sind auch toll. Mai 2008.

¹² Glogner, Tim: Behinderung. Ein Begriff, mehrere Definitionen. URL: <http://www.myhandicap.de/behinderung-handicap-definition.html>. Abrufdatum: 07.05.2012

¹³ Gesundheitsberichterstattung des Bundes: Ursache der Behinderung. URL: http://www.gbe-bund.de/glossar/Ursache_der_Behinderung.html. Abrufdatum: 07.05.2012

	Jahr (absteigend)					
Ursache der Behinderung	1985	1993	2001	2003	2005	2007
Alle Ursachen	5.371.634	6.384.348	6.711.797	6.638.892	6.765.355	6.918.172
Angeborene Behinderung	232.625	289.408	312.410	312.146	307.980	306.641
Arbeitsunfall (einschl. Wege u. Betriebsunfall), Berufskrankheit	85.481	91.976	86.454	82.560	78.142	74.965
Verkehrsunfall	38.291	43.839	43.744	43.103	41.718	40.873
Häuslicher Unfall	9.788	10.454	9.143	8.782	8.289	8.007
Sonstiger oder nicht näher bezeichneter Unfall	30.574	32.890	30.227	29.216	28.287	27.626
Anerkannte Kriegs-, Wehrdienst- oder Zivildienstbeschädigung	348.179	266.371	146.635	120.599	96.373	76.989
Allgemeine Krankheit (einschl. Impfschäden)	4.301.922	5.332.904	5.728.353	5.546.519	5.617.993	5.696.509
Sonstige, mehrere oder ungenügend bezeichnete Ursachen	293.575	316.506	354.831	495.967	586.573	686.562

Tabelle 2: Ursache der Behinderung (1985-2007).¹⁴

Die Tabelle bezieht sich auf beide Geschlechter, Grad der Behinderung insgesamt und Anzahl/Rate schwerbehinderter Menschen in absoluten Zahlen.

2007 sind so 306.641 Behinderte seit ihrer Geburt beeinträchtigt und 83,5 % durch eine allgemeine Krankheit wie Röteln. Trotz der Tatsache, dass der Haushalt als Unfallort Nummer eins gilt, sind 2007 lediglich 0,1% aller Behinderungen durch einen häuslichen Unfall begründet.

¹⁴ Gesundheitsberichterstattung des Bundes: Ursache der Behinderung (1985-2007). URL: www.gbe-bund.de/oowa921stall/servlet/oowa/aw92/dboowasys921.xwdevkit/xwd_init?gbe.isgbetol/xs_start_neu/&p_aidi&p_aid=77540977&nummer=216&p_sprache=D&p_indsp=-&p_aid=75209517. Abrufdatum: 13.07.2012

Auch Verkehrsunfälle bilden mit 40.873 einen verhältnismäßig niedrigen Anteil. Weitere 76.989 der schwerbehinderten Menschen erlitten dauernde Schäden in Krieg, Wehrdienst oder Zivildienst und bei 2,2% war die Ursache ein Unfall oder eine Berufskrankheit. Der Rest entfiel auf sonstige, mehrere oder ungenügend bezeichnete Ursachen.¹⁵

¹⁵ Gesundheitsberichterstattung des Bundes: Ursachen der Behinderung. URL: http://www.gbe-bund.de/glossar/Ursache_der_Behinderung.html. Abrufdatum: 08.05.2012

3 Der Behindertensport

Der Deutsche Behindertensportverband (DBS) definiert den Behindertensport als Sport von Personen mit geistiger, körperlicher oder seelischer Beeinträchtigung. Hierbei wird der Sport in Kategorien unterteilt. Zum Behindertensport gehören laut dem Deutschen Behindertensportverband der Rehabilitationssport, der Breiten- und Freizeitsport und der Leistungs- und Wettkampfsport. Die verschiedenen Disziplinen werden den unterschiedlichen Behinderungen als auch an die durch die Behinderung eingeschränkte Belastbarkeit angepasst.¹⁶



Abbildung 1: Paralympische Spiele 2008. Schwimmerin Jessica Long USA.¹⁷

Weiterhin weist der DBS dem Behindertensport Aufgaben wie die Erhaltung und Steigerung der geistigen und körperlichen Leistungsfähigkeit, die Aktivierung der Eigeninitiative und Überwindung von Hemmungen, Festigung der inneren Stabilität, der Identität und des Selbstvertrauens zu. Neben der sportlichen Betätigung und Leistung würden vor allem die Integration und die Rehabilitation behinderter Menschen im Vordergrund stehen.

¹⁶ Deutscher Behindertensportverband: Sportmedizin.2012. URL: <http://www.dbs-npc.de/sportmedizin-aktuelles.html>. Abrufdatum: 10.05.2012

¹⁷ Rosewater, Amy: These Paralympic Games are a long time coming. In: Team USA. 22.05.2012. URL: <http://www.teamusa.org/US-Paralympics/Features/2012/May/22/These-Paralympic-Games-are-a-Long-time-coming.aspx>. Abrufdatum: 13.07.2012

Der Sport biete den Menschen die Chance sich sozial zu integrieren, ihr Selbstwertgefühl, die sozialen Kontaktfähigkeiten und den physischen und psychischen Zustand zu verbessern.¹⁸

Neben dem rein körperlichen Aspekt sind für Menschen mit Einschränkungen die sozialen Funktionen und Aufgaben, die der Sport mit sich bringt, von Bedeutung. Dazu gehören:

- Abbau von Stress, Frust und Aggressionen. Der Sport bietet für Behinderte eine gute Freizeitbeschäftigung, Ablenkung vom Alltag und somit die Möglichkeit die Lebensqualität zu steigern.
- Eine gezielte sportliche Betätigung kann viele soziale Fähigkeiten verbessern, wie etwa die Kommunikationsfähigkeit, die Kooperations- und Interaktionsfähigkeit, die soziale Sensibilität, die Fähigkeit mit Regeln umzugehen, die Solidarität und die Fairness.
- Sport verbindet. So können Menschen unterschiedlicher Herkunft, Alter und sozialer Schichten zusammengeführt werden, aber auch die Integration behinderter Menschen in die Welt der Nichtbehinderten.
- Die Teilnahme an nationalen und internationalen sportlichen Ereignissen um das Zugehörigkeitsgefühl zum Verein und zur Nation zu stärken.

Während vor ein paar Jahren noch der Körper im Mittelpunkt stand, gewinnen Ziele wie die Erbringung von absoluten Spitzenleistungen, geplantes Training, Professionalität, Sponsoring und sportliche Erfolge immer mehr an Bedeutung.^{19 20}

¹⁸ Deutscher Behindertensportverband: Sportmedizin.2012. URL: <http://www.dbs-npc.de/sportmedizin-aktuelles.html>. Abrufdatum: 10.05.2012

¹⁹ Deutscher Behindertensportverband: Sportmedizin.2012. URL: <http://www.dbs-npc.de/sportmedizin-aktuelles.html>. Abrufdatum: 10.05.2012

²⁰ Spanny, Birgit: Behindertensport- ein Medienstiefkind? GRIN Verlag. 14.08.2003. Seite 25

3.1 Die Geschichte des Behindertensports

Schon lange Zeit war die Bedeutung von Bewegung in allen möglichen Formen für die Gesundheit des menschlichen Körpers bekannt. So versuchte man schon im alten Ägypten eine Art Bewegungstherapie für die häufig auftretende Kinderlähmung anzuwenden. Auch der chinesische Kaiser Hoang Ti versuchte seine verwundeten Soldaten durch Heilturnen für den Krieg wieder einsatzfähig zu machen.²¹

Die wichtigsten Ausgangspunkte des Sportes lieferte jedoch die Zeit nach dem Ersten Weltkrieg mit seinen zahlreichen Verletzten. Vor allem die vom Krieg betroffenen Länder mit ihren Verwundeten, überwiegend Soldaten mit amputierten Gliedmaßen, leisteten wichtige Beiträge zum heutigen Behindertensport. Große Erfolge auf diesem Gebiet erwarben sich zum Beispiel Mediziner wie Mallwitz, Heiß und Biesalski. Sie erkannten frühzeitig die Bedeutung bestimmter Übungen für die Verbesserung des psychischen und physischen Befindens ihrer Patienten. Mit Hilfe sportlicher Übungen sollte die medizinische Behandlung unterstützt und ergänzt werden.²² Da die Regierungen, als auch die verschiedenen Turn- und Sportverbände wenig Interesse an der Förderung des Sports für Behinderte zeigten, ergriffen ehemalige Kriegsteilnehmer, die nun mit einer Behinderung leben mussten, Eigeninitiative und gründeten Vereine auf lokaler, nationaler und internationaler Ebene, um besser auf sich aufmerksam zu machen. Bereits 1910 gründeten die Gehörlosen in Deutschland einen eigenen Verband, im Jahr 1925 schließlich den internationalen Gehörlosenverband und 1928 schlossen sich Blinde zu einem Verein zusammen.

1949 wurde der erste Wettbewerb von Kriegsversehrten in Göppingen, Baden-Württemberg, veranstaltet. Zwei Jahre später wurde der Deutsche Behindertensportverband als „Arbeitsgemeinschaft deutscher Versehrtensport“, später „Deutscher Versehrtensportverband (DVS)“ gegründet. Hier schlossen sich insgesamt fünf Vereine mit 5.500 Mitgliedern zusammen. 1951 wurde weiterhin ein eigenes Sportsanatorium für Behinderte errichtet und die ersten Meisterschaften im Schwimmen und Leichtathletik in Stuttgart-Feuerbach ausgetragen.

²¹ Prokop, Dieter: Medienforschung. Fischer Taschenbuch Verlag, Frankfurt.

²² Uni Freiburg: Wolfgang Kohlrausch und die Geschichte der deutschen Sportmedizin.2004

Am 15. Mai 1952 veröffentlichte der damalige Bundesminister für Arbeit, Anton Storch, schließlich den Erlass zur Förderung des Sports durch die Versorgungsbehörden.

Nach zahlreichen Wettkämpfen, unter anderem die „Stoke Mandeville Games“ der Gelähmten, zu denen über 700 Sportler aus 29 Nationen kamen, organisierte der DVS vom 1. bis 10. August 1972 die „Weltspiele der Gelähmten“ in Heidelberg. Rund 44.000 Zuschauer bewunderten die Spitzenleistungen der rund 1.000 Sportler aus 44 Nationen. Am 6. Juli 1975 änderte der DVS seinen Namen schließlich in „Deutscher Behindertensportverband (DBS)“. Früher in Deutschland und Österreich als Versehrtensport, in der Schweiz als Invalidensport und manchmal sogar im Zusammenhang mit dem Begriff Krüppelwohl-fahrt als Krüppelsport bezeichnet, sollte nun der Begriff „Versehrte“ in „Behinderte“ verändert werden.

Um den Leistungssport ein festes Fundament zu bauen wurden Sport- und Turnierordnungen sowie Wettkampfbestimmungen festgelegt. Weiterhin wurde innerhalb des DBS der Bereich „Leistungssport“ geschaffen, der sich in Abteilungen für verschiedene Disziplinen und Behinderungen gliederte.

1976 fanden die 1. Paralympischen Winterspiele statt und 1986 trafen sich behinderte Jugendliche aus 16 Nationen, um an den 1. Weltspielen der Sportjugend in Nottingham teilzunehmen. Am 22. September 1989 einigten sich in Düsseldorf 240 Delegierte aus 46 Nationen, die bestehenden sechs Weltverbände für den Behindertensport, sprich Körperbehinderte, Querschnittsgelähmte, Gehörlose, Blinde, Bewegungsgestörte und geistig Behinderte, in einem Dachverband mit der Bezeichnung „Internationales Paralympisches Komitee (IPC)“ zu vereinen.^{23 24}

²³ Bentele, Verena: Sport-Geschichte. URL: <http://www.biathlon-bentele.de/sport/geschichte.html>. Abrufdatum: 10.05.2012

²⁴ Prokop, Dieter: Medienforschung. Fischer Taschenbuch Verlag, Frankfurt.

3.2 Die Gesellschaftliche Bedeutung des Behindertensports

Die Definition laut Sozialgesetzbuch (SGB),

„Menschen sind behindert, wenn ihre körperliche Funktion, geistige Fähigkeit oder seelische Gesundheit mit hoher Wahrscheinlichkeit länger als sechs Monate von dem für das Lebensalter typischen Zustand abweichen und daher ihre Teilhabe am Leben in der Gesellschaft beeinträchtigt ist. Sie sind von Behinderung bedroht, wenn die Beeinträchtigung zu erwarten ist“²⁵,

verdeutlicht, dass sich das Verständnis des Begriffs „Behinderung“ verändert hat. Während das medizinische Modell eine Behinderung als ein Gesundheitsproblem der betroffenen Person sah und ein verstärkt soziales Modell, das den Behinderungsbegriff als gesellschaftlich verursachte Ausgrenzung von Menschen mit einer Schädigung definierte, existiert heute ein Modell, das weitere Faktoren zur Erfassung der Behinderung berücksichtigt. Neben den Faktoren wie Alter und Gewicht zählen die sozial-familiäre Situation, Hilfsversorgung, Wohnungsumgebung sowie Sportangebote zu denjenigen Fakten, die die Teilhabe am Leben in der Gesellschaft beeinflussen. Ob und in welchem Umfang die Person ihr Dasein in allen Lebensbereichen im vollen Umfang entfalten kann, wie es Menschen ohne Beeinträchtigung zugestanden wird, muss ebenfalls beachtet werden.²⁶

Sport kann hier als Vorreiter dienen, da er durch sein soziales Potential für mehr Akzeptanz gegenüber der Leistungsfähigkeit von Menschen mit Behinderung sorgen kann. Darüber hinaus werden durch Sport Mobilität gewonnen, Selbstvertrauen gestärkt und die Lebensfreude verbessert.

²⁵ Sozialgesetzbuch: § 2 SGB IX Behinderung. URL: <http://www.sozialgesetzbuch-sgb.de/sgbix/2.html>.
Abrufdatum: 11.05.2012

²⁶ Puschke, Martina: Die Internationale Klassifikation von Behinderung der Weltgesundheitsorganisation.
In: Weiber Zeit. 07.April. 2005. Seite 4



Abbildung 2: Kampagne des Canadian Paralympic Committee.²⁷

Die Faszination von Sportlern mit Behinderung und ihrer Leistungen ist bereits vorhanden, immerhin werden 2012 auf den Paralympics 80.000 Zuschauer erwartet.²⁸ Trotzdem besteht eine große Herausforderung darin, Sport für alle Gruppierungen - unabhängig von Sozialschicht, Geschlecht, Altersgruppen, sexueller Identität, Religion und Bildung - zu etablieren. In unserem Land mit 8,6 Millionen Einwohnern mit Behinderungen sollte der Sport mit allen Disziplinen etwas Selbstverständliches für Menschen mit Einschränkungen werden.

²⁷ Canadian Paralympic Committee: She doesn't want your sympathy. But her opponents might. URL: <http://www.paralympic.ca/>. Abrufdatum: 13.07.2012

²⁸ SID: Gauck besucht Olympische Spiele und Paralympics. In: Online Focus. URL: http://www.focus.de/sport/olympia-2012/olympia-2012-gauck-besucht-olympische-spiele-und-paralympics_aid_750800.html. Abrufdatum: 11.05.2012

Hierzu müssen Barrieren überwunden und der Zugang zu Sportstätten gewährleistet sein. Sportvereine müssen ihre Türen durch Angebote für Menschen mit Einschränkungen öffnen. Weiterhin müssen Wettkampfmöglichkeiten auf nationaler und internationaler Basis auf- und ausgebaut werden. Mit Hilfe einer stärkeren und vor allem besseren Darstellung des Behindertensports in den Medien würde eine höhere Aufmerksamkeit auf behinderte Menschen, ihre Probleme wie auch ihre Leistungsfähigkeit gelenkt werden. Die Öffentlichkeit würde dadurch wesentlich stärker mit diesen Themen konfrontiert werden. Die Möglichkeiten, Missachtung, Abwertung und Diffamierung von behinderten Menschen abzubauen, würden wachsen.²⁹

²⁹ Sport und Behinderung. Verändertes Verständnis von Behinderung. In: Fit- Das Wissenschaftsmagazin der Deutschen Sporthochschule Köln. 01.06.2010. URL: https://www.dshs-koeln.de/wps/wcm/connect/5cf3d20042e4ec958b72bbd8e926e196/FIT_1_2010.pdf?MOD=AJPERES.
Abrufdatum: 13.05.2012

3.3 Organisationen im Behindertensport

Der Behindertensport wird nicht nur von behindertensport- und sportartspezifischen Organisationen sondern auch von allgemeinen Sportverbänden organisiert.³⁰ Die Darstellung der verschiedenen beteiligten Organisationen mit ihren Strukturen beginnt auf internationaler Ebene.

The International Paralympic Committee: *“To enable Paralympic athletes to achieve sporting excellence and inspire and excite the world.”*³¹

Das Internationale Paralympische Komitee (IPC), bestehend aus internationalen Behindertensport-Verbänden und nationalen Organisationen, wurde am 22. September 1989 in Düsseldorf gegründet und hat seinen Sitz in Bonn.



Abbildung 3: Logo des Internationalen Paralympischen Komitees.³²

³⁰ Info- Center für Behindertensport: Behindertensport Organisationen. URL: <http://userpage.fu-berlin.de/~infobspo/adressen/dachverbaende.html>. Abrufdatum: 15.05.2012

³¹ The IPC: Who we are. About us. URL: <http://www.paralympic.org/TheIPC/HWA/AboutUs>. Abrufdatum: 15.05.2012

³² Das Internationale Paralympische Komitee: Logo. URL: <http://www.paralympic.org>. Abrufdatum: 13.07.2012

Es handelt sich hierbei um den internationalen Dachverband der Paralympischen Bewegung mit rund 200 Mitarbeitern. In dessen Verantwortung liegen unter anderem die Sommer- und Winterspiele, als auch die Überwachung und Koordinierung der Weltmeisterschaften und anderer Wettkämpfe. Zurzeit sind 153 Nationale Paralympische Komitees sowie fünf von sechs internationalen Behindertensport-Verbänden Mitglied. Philip Craven, ein ehemaliger britischer Rollstuhlbasketballer, ist Präsident der Non- Profit Organisation. Folgende Verbände gehören dem IPC an:

- ISOD
- International Sports Organization for the Disabled (Amputierte und "Les Autres")
- ISMWSF
- International Stoke Mandeville Wheelchair Sports Federation (Rollstuhlsport)
- IBSA
- International Blind Sports Association (Blinde und Sehbehinderte)
- CPISRA
- Cerebral Palsy - International Sport and Recreation Association (Cerebralparetiker/ Bewegungsstörung)
- INAS-FMH
- International Sports Federation for Persons with Mental Handicap (intellektuell Beeinträchtigte).³³

³³ The IPC: Who we are. About us. URL: <http://www.paralympic.org/TheIPC/HWA/AboutUs>. Abrufdatum: 16.05.2012

Daneben existieren auf internationaler Ebene zwei weitere Organisationen. Zum einen die „Special Olympics International“ für Menschen mit geistiger Behinderung und zum anderen das „International Committee of Sports for the Deaf“ für gehörlose und hörgeschädigte Menschen.^{34 35}

Auf nationaler Ebene ist der Deutsche Behindertensportverband (DBS), der am 4. Juli 1951 gegründet wurde, für den Sport von Menschen mit Behinderungen verantwortlich.



Abbildung 4: Logo- Deutscher Behindertensportverband/ National Paralympic Committee Germany.³⁶

Neben der Tätigkeit als Fachverband im Deutschen Olympischen Sportbund (DOSB) ist der DBS nationales Paralympisches Komitee für Deutschland und in dieser Funktion Mitglied im Internationalen Paralympischen Komitee. Die Mitglieder des DBS unterteilen sich in ordentliche und außerordentliche Mitglieder. Zu den ordentlichen Mitgliedern zählen 17 Landesbehindertensportverbände und zwei Fachverbände, der Deutsche Rollstuhl-Sportverband und der Deutsche Schwerhörigen-Sportverband.

³⁴ Special Olympics: Our Athletes .URL: <http://www.specialolympics.org/athletes.aspx>. Abrufdatum: 26.05.2012

³⁵ International Committee of Sports for the Deaf: Athletes. URL: <http://www.deaflympics.com/>. Abrufdatum: 16.05.2012

³⁶ Deutscher Behindertensportverband/ National Paralympic Committee: Logo. URL: <http://www.dbs-npc.de>. Abrufdatum: 13.07.2012

Sieben weitere Organisationen stellen derzeit die außerordentlichen Mitglieder dar. An der Spitze des DBS steht das Präsidium, das ehrenamtlich tätig ist.³⁷

Weiterhin arbeitet der Deutsche Behindertensportverband mit einigen Kooperationspartnern zusammen, um gemeinsam den Sport von Menschen mit Behinderung zu fördern. Die Arbeit des DBS wird zudem durch den Förderkreis Behindertensport, die Stiftung Behindertensport und Sponsoren unterstützt.³⁸

³⁷ Deutscher Behindertensportverband: Mitgliedsverbände-die Landesverbände auf einen Blick. URL: <http://www.dbs-npc.de/dbs-mitgliedsverbaende.html>. Abrufdatum: 18.05.2012

³⁸ Deutscher Behindertensportverband: Struktur des deutschen Behindertensportverbandes. URL: <http://www.dbs-npc.de/dbs-struktur.html>. Abrufdatum: 18.05.2012

4 Die Paralympischen Spiele

Der Begriff „Paralympics“ setzte sich zunächst aus den Wörtern Paraplegic (aus dem Englischen: gelähmt) und Olympic (für die olympischen Spiele) zusammen und bis 1988 wurde von „Weltspielen der Gelähmten“, „Olympiade der Behinderten“ oder „Weltspielen der Behinderten“ gesprochen. Um jedoch die Zugehörigkeit anderer Behinderungsarten zu gewährleisten, wurde der Begriff neu definiert und leitet sich nun vom griechischen Wort „para“ (neben, zugehörig) und Olympics ab, um wiederum die Nähe der beiden Spiele hervorzuheben.³⁹



Abbildung 5: Paralympische Spiele 2012.⁴⁰

Die Paralympischen Spiele sind das größte Sportereignis und sportlicher Höhepunkt für Athleten mit körperlicher Behinderung. Sie finden nicht nur kurz nach

³⁹ ARD, NDR: Die Anfänge der Paralympics. 01.07.2008. URL: <http://ard.ndr.de/peking2008/paralympics/geschichte/stokemandeville100.html>. Abrufdatum: 20.05.2012

⁴⁰ Paralympics' Jerome Singleton is world's Fastest Amputee. In: IIP Digital. URL: <http://iipdigital.usembassy.gov/st/english/inbrief/2012/05/201205316591.html#axzz20VIMmnKw>. Abrufdatum: 13.07.2012

den Olympischen Spielen statt, sondern werden auch an denselben Orten ausgetragen. So treten auch 2012 bei den Paralympics in London mehr als 4.200 Athleten aus 165 Ländern an.⁴¹ Alle zwei Jahre ereignen sich abwechselnd die Sommer- und Winterspiele der Paralympics, in denen Sportler mit Einschränkungen in verschiedenen Sportarten wie Rollstuhlbasketball, Sitzvolleyball, Curling und Skilanglauf gegenseitig antreten. Um die Fairness im Sport aufrecht zu halten, werden die Athleten je nach Art ihrer Behinderung in Schadensklassen eingeteilt. So starten zum Beispiel Sportler, denen ein Körperteil fehlt, in einer anderen Klasse als Sehbehinderte.⁴²

⁴¹ Kögel, Annette: Paralympics 2012 in London-die Spiele kehren heim. In: Der Tagespiegel. 08.09.2011

⁴² Paralympics allgemein. Paralympics 2012 mit Teilnehmerrekord. In: Online Fokus. 20.05.2012. URL: http://www.focus.de/sport/olympia-2012/paralympics-allgemein-paralympics-2012-mit-teilnehmerrekord_aid_755477.html. Abrufdatum: 24. 05. 2012

4.1 Die Geschichte der Paralympischen Spiele

Die Ursprünge der Paralympischen Spiele gehen auf den deutschstämmigen Neurologen Sir Ludwig Guttman zurück, der als einer der ersten Ärzte die positiven Wirkungen des Sports für Gelähmte erkannte. Seine ursprüngliche Idee, Querschnittsgelähmte zum Sporttreiben zu animieren, entwickelte sich schließlich dahingehend, dass eine Sportbewegung mit Wettkampfcharakter entstand. Und so rief er schließlich am 28. Juli 1948 erstmals die sogenannten "Stoke-Mandeville-Games" in Stoke Mandeville, England, ins Leben. Vierzehn kriegsversehrte Männer und zwei Frauen mit Rückenmarksverletzungen nahmen an den Sportspielen teil und stellten ihre Fähigkeiten im Bogenschießen unter Beweis.⁴³

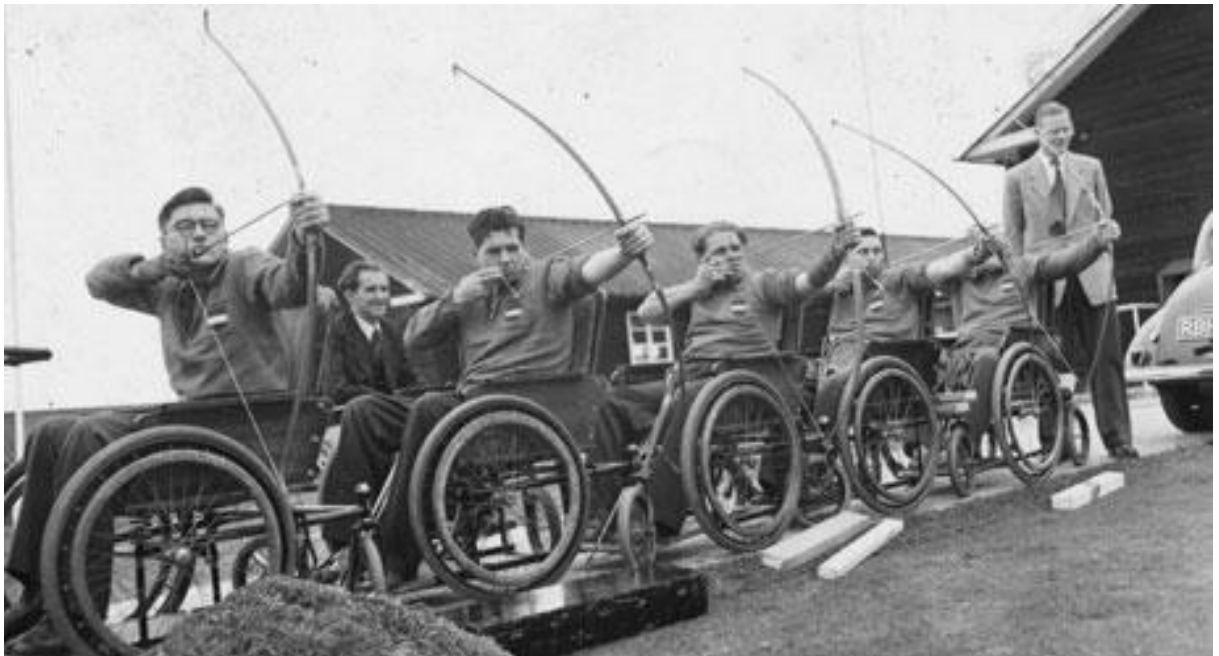


Abbildung 6: 1948 „Stoke- Mandevill- Games“⁴⁴

⁴³ Behinderten- Sportverband Berlin: Zur Geschichte der olympischen Spiele für Behinderte. URL: <http://www.bsberlin.de/DesktopDefault.aspx?tabid=28&tabIndex=-1>. Abrufdatum: 24.05.2012

⁴⁴ The Stoke Mandeville Paralympics. URL: <http://4.bp.blogspot.com/-GmR55eyRToc/Tqw6s9hOZ7I/AAAAAAAAOio/NmIPT5cRD3Q/s1600/stoke-mandeville-460x250.jpg>. Abrufdatum: 13.07.2012

Nicht ganz zufällig fanden ebenfalls am 28. Juli die Olympischen Spiele statt. Ludwig Guttman wollte, dass seine Wettkämpfe mit den Olympischen Spielen in Verbindung gebracht werden.

Als 1952 bereits 130 Sportler an den Stoke Mandeville Games teilnahmen, war eine neue internationale Sportbewegung geschaffen. Seit 1960 die ersten Paralympischen Spiele in Rom mit rund 400 Wettstreitern aus 23 Ländern in 13 Sportarten ausgetragen wurden, fanden nun die weltweiten Wettkämpfe für Sportler mit Einschränkungen im selben Jahr und seit 2000 am selben Ort wie die Olympischen Spiele statt.⁴⁵

⁴⁵ Die Paralympischen Spiele. URL: <http://www.paralympia.de/>. Abrufdatum: 26.05.2012

4.2 Das Internationale Paralympische Komitee

4.2.1 Aufgaben und Ziele

Eines der obersten Ziele des Internationalen Paralympischen Komitees (IPC) ist es, die Zahl der sportlichen Teilnehmer auf allen Ebenen zu erhöhen. Um diese Entwicklung fördern zu können, ist ein gut funktionierendes System der Organisationsstruktur und der Zugang zu den entsprechenden Ressourcen notwendig.⁴⁶ Wesentliche Elemente sind:

Organisationsentwicklung: Die Entwicklung und die Organisation von Lern- und Ausbildungsmöglichkeiten und die Förderung der Mitarbeiter in den Bereichen Steuerung, Management, Führung und Sportförderung, einschließlich Coaching, Medizin und Wissenschaft.

Athlete Pathway: Die Auf- und Ausarbeitung von Programmen vom Breitensport bis hin zum absoluten Elite-Niveau, sodass die Teilnahme der Athleten und deren berufliche Entwicklung gesteigert werden kann.

Wettbewerbe: Zusammenarbeit mit geeigneten Gremien, um lokale, regionale und internationale Sportereignisse besser organisieren und fördern zu können.

Fair Play: Der Sport sollte trotz Leistungsgedanke nie die Gesundheit des Athleten gefährden. Respekt, Fairplay, die Einhaltung des Welt-Anti-Doping-Codes und den IPC Klassifizierungscodes sind wichtige Regeln.

Unterstützung der Internationalen Verbände: Alle Verbände müssen feste Strukturen und technische Kompetenzen besitzen, denn nur so sind Aspekte wie Glaubwürdigkeit und einheitliche Standards für den Sport gewährleistet.

⁴⁶ The IPC: Who we are. URL: <http://www.paralympic.org/TheIPC/HWA/AboutUs>. Abrufdatum: 26.05.2012

Mindeststandards: Stärkung der Mindeststandards, der organisatorischen Normen und allgemeinen Dienstleistungen aller IPC- Mitglieder, um die Einhaltung eines gewissen Service-Levels zu erreichen.

Strategien entwickeln: Entwicklung von Strategien, um die Förderung von Sportaktivitäten für Athleten vom Breitensport bis hin zum Spitzensport zu bewahren.⁴⁷

Um den schnell wachsenden Anforderungen und Chancen der laufenden internationalen Großveranstaltungen gerecht zu werden, benötigt das Internationale Paralympische Komitee ausreichende finanzielle Mittel. Etwa 50 Prozent erzielt das IPC von den Einnahmen der Paralympischen Spielen. Beispielsweise werden alle damit verbundenen Marketing-Rechte an lokale Organisationen für eine feste Gebühr verkauft. Zusätzlich werden durch kleinere Sportveranstaltungen Umsätze geschaffen. Das Internationale Paralympische Komitee genießt die Unterstützung des IOC, von Partnern der Olympischen Spiele, sowie anderer großer globaler Organisationen auf dem gemeinsamen Markt. So erhält das Komitee zum Beispiel durch die 2001 abgeschlossene Kooperation mit dem IOC Fernsehgelder.⁴⁸ Insgesamt fließen 23 Millionen US-Dollar für die Paralympischen Spiele 2008, 2010 und 2012 in die Kassen des IPC.⁴⁹ Finanzielle Unterstützung bekommt das Internationale Paralympische Komitee auch vom deutschen Innenministerium, der Landesregierung Nordrhein-Westfalen und der Stadt Bonn.⁵⁰

⁴⁷ The IPC: What we do. Development. URL: <http://www.paralympic.org/TheIPC/WWD/Development>.
Abrufdatum: 28.05.2012

⁴⁸ The IPC: How we do it. Funding. URL: <http://www.paralympic.org/TheIPC/HWD/Funding>. Abrufdatum: 30.05.2012

⁴⁹ Persont, Nils: Deutsche Sporthochschule Köln. Stressbelastung im Rollstuhltennis unter besonderer Berücksichtigung der Medien. URL: <http://www.dtb-tennis.de/downloads/diplomarbeit.pdf>. Abrufdatum: 31.05.2012

⁵⁰ The IPC: How we do it. Partnerships. Funding partners. Governmental Partners. URL: <http://www.paralympic.org/TheIPC/HWD/Partnerships>. Abrufdatum: 31.05.2012

4.2.2 Partnerschaften

Das IPC bemüht sich um Partnerschaften mit Organisationen, die ein gemeinsames Interesse an Behindertensport haben und die bereit sind, die strategischen Ziele des Komitees zu unterstützen. So hat sich auch die niederländische Organisation „Charity & Sport“ das Ziel gesetzt, der Gesellschaft die Welt des Behindertensports näher zu bringen. Mittels verschiedener Veranstaltungen soll soziales Verantwortungsgefühl vermittelt und das Gemeinschaftsgefühl gestärkt und unterstützt werden. Vor allem auch über ein spektakuläres Dinner, das im Namen des IPC am 2. September 2012 stattfinden soll. Über 300 Menschen werden erwartet und der Erlös geht an das IPC-Jugend Camp.⁵¹

Die erste IOC-IPC-Vereinbarung wurde während der Olympischen Spiele in Sydney 2000 von den Präsidenten Samaranch und Steadward unterzeichnet. In dem Abkommen hieß es „ein Angebot, eine Stadt“. Von nun ab sollten die Olympischen und Paralympischen Spiele in der gleichen Stadt ausgerichtet werden. Der IPC Präsident ist seit dem ein IOC-Mitglied und das IPC ist in mehreren IOC Kommissionen vertreten.⁵²

Das Kreditkartenunternehmen „Visa“ ist der erste globale Sponsor der IPC und Sponsor von fünf Paralympischen Spielen seit 2002. Demnach ist „Visa“ das offizielle Zahlungsmittel und exklusive Kreditkarte, die an allen Veranstaltungsorten der Paralympischen Spiele akzeptiert wird. Egal ob es sich um Tickets, offizielle Spiele, Speisen und Getränke handelt. „Visa“ erhielt Vermarktungs- und Werberechte innerhalb der Payment Services Kategorie.⁵³

„Ottobock“ wurde vom Organisationskomitee der Paralympischen Sommerspiele 2012 zum offiziellen Technischen Service-Partner bei den Paralympics in London erklärt. Das Unternehmen wird die Spiele als Lieferant und Anbieter

⁵¹ The IPC: How we do it. Partnerships. Worldwide Partners. URL: <http://www.paralympic.org/TheIPC/HWD/Partnerships>. Abrufdatum: 03.06.2012

⁵² The IPC: How we do it. Partnerships. The IOC-IPC Partnership. URL: <http://www.paralympic.org/TheIPC/HWD/Partnerships>. Abrufdatum: 01.06.2012

⁵³ The IPC: How we do it. Partnerships. Worldwide Partners. URL: <http://www.paralympic.org/TheIPC/HWD/Partnerships>. Abrufdatum: 03.06.2012

begleiten und tritt als Paralympischer Sponsor auf. „Ottobock“ ist der weltweit führende Anbieter in der Prothetik und Rehabilitation und unterstützt die Paralympische Bewegung und die Athleten mit seinen Produkten und seinen kostenlosen Diensten.

Schon 1992 in Barcelona wurde das Projekt ausgeweitet und eine mobile Werkstatt von Deutschland aus angeliefert. Seitdem ist Ottobock bei allen Sommer- und Winterspielen dabei.⁵⁴

„Samsung“ repräsentiert die Kategorie „Mobile Telecommunications“. „Samsung Electronics“ ist der weltweit drittgrößte Hersteller von Mobiltelefonen.⁵⁵

„Atos“ war bereits IT-Partner der Paralympischen Spiele 2002, 2004, 2006, 2008 und 2010. „Atos“ entwickelt IT-Lösungen, mit deren Hilfe jeder Moment des Geschehens eingefangen und wiedergegeben werden kann und dafür zu sorgen, dass die Spiele weltweit per Fernsehen und Internet übertragen werden.⁵⁶

Einer der wichtigsten internationalen Partner stellt das Versicherungsunternehmen „Allianz“ dar. Als die „Allianz“ im Jahr 2006 die Partnerschaft mit dem Internationalen Paralympischen Komitee einging, verpflichtete sich das Unternehmen, die Paralympische Bewegung, ihre Ziele und Ideale voranzubringen. Die „Allianz“ ermöglicht den Athleten mehr Zeit für Training und Wettkämpfe, in dem sie sich beispielsweise bis zur Hälfte ihrer Arbeitszeit freistellen lassen können und die entsprechenden Arbeitgeber dafür einen finanziellen Ausgleich erhalten.

⁵⁴ The IPC: How we do it. Partnerships. Worldwide Partners. URL: <http://www.paralympic.org/TheIPC/HWD/Partnerships>. Abrufdatum: 03.06.2012

⁵⁵ The IPC: How we do it. Partnerships. Worldwide Partners. URL: <http://www.paralympic.org/TheIPC/HWD/Partnerships>. Abrufdatum: 03.06.2012

⁵⁶ The IPC: How we do it. Partnerships. Worldwide Partners. URL: <http://www.paralympic.org/TheIPC/HWD/Partnerships>. Abrufdatum: 03.06.2012

Auch unterstützt die „Allianz“ die Paralympische Bewegung durch mehrere Kampagnen wie beispielsweise "Sharing Paralympic Knowledge" oder "Believe in yourself", bei denen die Identifikation der Zuschauer mit den Erfolgen paralympischer Athleten im Vordergrund steht.⁵⁷

4.2.3 Medien- und Öffentlichkeitsarbeit

Dem Internationalen Paralympischen Komitee ist es seit seiner Gründung gelungen, den Spitzensport von Menschen mit Behinderungen zu einem eigenständigen Bereich des internationalen Sports zu entwickeln. Gemeinsam mit 161 Nationalen Paralympischen Komitees hat sich das IPC nachhaltig um die Weiterentwicklung des Sports von Menschen mit Behinderungen gekümmert. Einer der größten Aufgaben besteht darin, die Präsenz der Spiele in der Öffentlichkeit zu verstärken. Auch 2012 werden bis zu 6.000 Medienvertreter in der englischen Hauptstadt erwartet.⁵⁸ Mit einer intensiven Öffentlichkeitsarbeit, einer guten Vernetzung mit Politik, Behindertenorganisationen und Sportverbänden sollen die Paralympics stärker und vor allem regelmäßig präsent sein.

Die Arbeitsschwerpunkte der Medien- und Öffentlichkeitsarbeit sind sowohl von Standard-Aufgaben als auch von Anforderungen, die sich aus der aktuellen sport- und gesellschaftspolitischen Gesamtsituation ergeben, geprägt. Die Pressestelle verantwortet zahlreiche Publikationen, unter anderem Internetauftritte, das Magazin "Paralympian" und weitere Veröffentlichungen wie Imagebroschüren oder Newsletter.⁵⁹ Zur tagesaktuellen Arbeit gehört die Auswertung der Tagespresse und der Zeitschriften. In regelmäßigen Abständen geht es um die Organisation und Durchführung von Pressekonferenzen und Präsentationsveranstaltungen.

⁵⁷ The IPC: How we do it. Partnerships. International Partners. URL: www.paralympic.org/TheIPC/HWD/Partnerships. Abrufdatum: 03.06.2012

⁵⁸ Deutscher Behindertensportverband: Presse. Akkreditierungen für die Paralympics in London 2012. <http://www.dbs-npc.de/paralympics-presse.html>. Abrufdatum: 09.06.2012

⁵⁹ The IPC: Media Centre. URL: <http://www.paralympic.org/MediaCentre>. Abrufdatum: 09.06.2012

Wichtige Arbeitsschwerpunkte sind auch die Vorbereitung und Nachbereitung der Außenauftritte des IPC-Präsidenten, sprich Reden, Publikationen, Interviews, politische Stellungnahmen, Grußworte. Damit verbunden ist gegebenenfalls die entsprechende Begleitung und Betreuung vor Ort.

Kontaktpflege zu Redaktionen und Mitgliedsorganisationen und die Beratung von Journalisten sind Anforderungen des Tagesgeschäfts mit einer breiten Palette von inhaltlichen Schwerpunkten. Im Marketing liegt die Verantwortung für die Marke des IPC. Dazu gehört eine wieder erkennbare Markenwelt, die den Absender IPC klar erkennen lässt. Damit verbunden ist das übergreifende Corporate Design, das für einen einheitlichen Außenauftritt sorgt und der das IPC als Dach des Behindertensports positioniert.⁶⁰

Gemeinsam mit Medien- und Öffentlichkeitsarbeit werden Kommunikationskonzepte auf den Weg gebracht und umgesetzt. So auch das Schülerprojekt "Paralympics Zeitung" in Zusammenarbeit mit dem Tagesspiegel.



Abbildung 7: Schülerprojekt „Paralympics Zeitung.“⁶¹

Bei den Olympischen Spielen der Leistungssportler mit Körperbehinderungen ist die „Paralympic Post“ mit einem Team von Schülerredakteuren aus ganz Deutschland und Großbritannien zum fünften Mal dabei.

⁶⁰ The IPC: Media Centre. URL: <http://www.paralympic.org/MediaCentre/MediaOffice>. URL: <http://www.paralympic.org/MediaCentre>. Abrufdatum: 09.06.2012

⁶¹ Kögel, Annette: Reporter für die Paralympics in London gesucht. In: Der Tagesspiegel. 24.01.2012. URL: <http://www.tagesspiegel.de/berlin/schule/schreibwettbewerb-reporter-fuer-die-paralympics-in-london-gesucht/6101696.html>. Abrufdatum: 13.07.2012

Die Schüler, die sich bei einem Schreibwettbewerb für das Projekt qualifizieren müssen, interviewen während der Spiele Sportler und Politiker, recherchieren und schreiben zwei Wochen lang.⁶²

Die Spiele sind schon jetzt, vor allem in London, präsent. Auf dem Trafalgar Square, wo während der Paralympics eine Public Viewing Leinwand stehen wird, werden die Stunden bis zu den Eröffnungsfeiern auf der Anzeigentafeln gezählt. Ein pinkfarbenes Band schlingt sich nach dem Motto „Lass Dich umfassen vom Festival des Sports“ um Londoner Gebäude. Auch die Maskottchen, die Puppen Wenlock und Mandeville, gibt es in London bereits zu kaufen.⁶³



Abbildung 8: Maskottchen der Paralympics 2012.⁶⁴

⁶² Kögel, Annette: Reporter für die Paralympics in London gesucht. In: Der Tagesspiegel. 24.01.2012. URL: <http://www.tagesspiegel.de/berlin/schule/schreibwettbewerb-reporter-fuer-die-paralympics-in-london-gesucht/6101696.html>. Abrufdatum: 09.06.2012

⁶³ Kögel, Annette: Reporter für die Paralympics in London gesucht. In: Der Tagesspiegel. 24.01.2012. URL: <http://www.tagesspiegel.de/berlin/schule/schreibwettbewerb-reporter-fuer-die-paralympics-in-london-gesucht/6101696.html>. Abrufdatum: 09.06.2012

⁶⁴ Kögel, Annette: Reporter für die Paralympics in London gesucht. In: Der Tagesspiegel. 24.01.2012. URL: <http://www.tagesspiegel.de/berlin/schule/schreibwettbewerb-reporter-fuer-die-paralympics-in-london-gesucht/6101696.html>. Abrufdatum: 13.07.2012

Die zunehmende Bedeutung der Arbeit in der Medienwelt spiegelte sich auch in zunehmenden Kooperationen mit spezialisierten Dienstleistern wider. So ist beispielsweise „Getty Images“, führender Anbieter von Bildern, Filmen und digitalen Diensten, seit 2004 ein internationaler Partner des IPC. Die Firma „Input Media“ erweiterte hingegen das Video-Archiv des IPC. Durch diese Partnerschaft ist es gelungen, eine professionelle Lagerung aller zur Verfügung stehenden paralympischen Filmmaterialien zu sichern. „Edelman“, einer der führenden internationalen PR-Firmen, mit mehr als 3.200 Mitarbeitern, erhielt die Verantwortung für die weltweite PR der Paralympischen Spiele. Seine Aufgabe ist es, ein globales Kommunikationsprogramm zu entwickeln und dessen Umsetzung zu koordinieren. Seit 1984 ist „Edelman“ im Rahmen der Paralympischen Spiele aktiv.⁶⁵

⁶⁵ The IPC: How we do it. Partnerships. Media Partners. URL:
<http://www.paralympic.org/TheIPC/HWD/Partnerships>. Abrufdatum: 11.06.2012

5 Behindertensport und die Darstellung in den Medien

Die Präsentation des Themenbereichs „Sondergruppen und Massenmedien“ in privaten und öffentlichen Medien ist in verschiedener Hinsicht bedeutungsvoll:

- Zuschauer erfahren von den sportlichen Leistungen, die trotz Behinderung möglich sind.
- Betroffene und Behinderte fühlen sich aufgefordert und bestätigt, im Rahmen ihrer Möglichkeiten Sport zu treiben.
- Übungsleiter und Funktionsträger erhalten Anerkennung und Informationen für ihre pädagogische Arbeit im Sport mit Sondergruppen.
- Das Verständnis für die Belange behinderter Menschen wächst, Diffamierung und Ausgrenzung kann durch ein positives Image und Anerkennung entgegengewirkt werden.⁶⁶

Der Behindertensport erfährt jedoch, trotz internationaler Präsenz, die sich in den Paralympischen Spielen widerspiegelt, in den Massenmedien eine wenig befriedigende Berichterstattung. So waren 2008 in Peking nur 6.000 Medienvertreter vor Ort, 20.000 bei den Olympischen Spielen.⁶⁷

Dabei scheint es ein grundsätzliches Interesse bei den Medienrezipienten zu geben. Immerhin besagt eine Studie des Marktforschungsinstitutes „Sport + Markt AG“, bei der 2010 insgesamt 1.000 repräsentativ ausgewählte Bundesbürger zwischen 14 und 65 Jahren befragt wurden, dass sich 58 Prozent der Deutschen mehr Berichterstattung zum Thema Behindertensport in den Medien

⁶⁶ Altenberger, Helmut (Hrsg.): Beiträge zur Lehre und Forschung im Sport. Medien im Sport. Verlag Hofmann Schorndorf. Juli 2002.

⁶⁷ Hahn, Thomas: Ruhe bis zum letzten Feuerwerk. In: Süddeutsche.de. URL: <http://www.sueddeutsche.de/sport/paralympics-ruhe-bis-zum-letzten-feuerwerk-1.707686>. Abrufdatum: 13.06.2012

wünschen. 62 Prozent würden sich sogar mehr für den Sport mit Einschränkung interessieren, wenn dieser mehr Beachtung finden würde.⁶⁸

*"Das Ergebnis der Studie im Vorfeld der Paralympics 2010 macht deutlich, dass immer mehr Menschen die Leistungen von Topathleten mit Behinderung anerkennen und an diesen Leistungen durch ein entsprechendes Medienerlebnis teilhaben möchten", sagte DBS-Präsident Friedhelm Julius Beucher bei einem Pressegespräch zur Präsentation der Studie in Berlin.*⁶⁹

Nach Auffassung von Stephan Schröder, Mitglied der Geschäftsführung von „Sport + Markt“, stellt die Studie sogar die strikte Trennung von Behinderten- und Nicht-Behindertensport in Frage: *„Deutlich mehr als die Hälfte aller Befragten ist darüber hinaus der Meinung, dass Behindertensport und Nicht-Behindertensport viel stärker miteinander verbunden sein sollten.“*⁷⁰

5.1 Chronik des Behindertensports in den Medien

Wie bereits im Kapitel 3.1 „Die Geschichte des Behindertensports“ auf Seite 15 erwähnt, gab es den organisierten Behindertensport, der meist von Kriegsversehrten ausgeübt wurde, bereits in den 1950er Jahren. Auch in dieser Zeit tauchten vereinzelte Berichte über den Sport von Behinderten in Spezialteilen der Zeitung auf. In den 1980er Jahren erlangte der Behindertensport, aufgrund der Trennung in Breiten- und Spitzensport, eine stärkere Präsenz in der Gesellschaft.

⁶⁸ Stein, Marcel: Paralympics-Sportler wollen Gleichberechtigung. In: Welt Online. 12.03.2010. URL: <http://www.welt.de/sport/article6718807/Paralympics-Sportler-wollen-Gleichberechtigung.html>. Abrufdatum: 13.06.2012

⁶⁹ DBS-Präsident: Pressemitteilungen. Aktuelle Studie vor den Paralympics 2010: Interesse an Leistungen behinderter Athleten auf hohem Niveau. 04.03.2010. URL: <http://www.themenportal.de/sport/aktuelle-studie-vor-den-paralympics-2010-interesse-an-leistungen-behinderter-athleten-auf-hohem-niveau-19742>. Abrufdatum: 15.07.2012

⁷⁰ Schröder, Stephan: Pressemitteilungen. Aktuelle Studie vor den Paralympics 2010: Interesse an Leistungen behinderter Athleten auf hohem Niveau. 04.03.2010. URL: <http://www.themenportal.de/sport/aktuelle-studie-vor-den-paralympics-2010-interesse-an-leistungen-behinderter-athleten-auf-hohem-niveau-19742>. Abrufdatum: 15.07.2012

Die ersten Paralympics für Rollstuhlfahrer fanden 1948 parallel zu den Olympischen Sommerspielen statt. Ab dem Jahr 1960 wurden zum ersten Mal die Weltspiele der Gehandikapten in Rom mit 400 Teilnehmern ausgetragen. Die ersten Paralympischen Winterspiele fanden 1976 in Schweden statt. Acht Jahre später wurden schließlich Lizenzen an private Rundfunksender vergeben. 1988 fanden die Paralympics erstmals auf den Olympischen Sportstätten statt und 1992 konnten 1,5 Millionen Zuschauer in Barcelona registriert werden.⁷¹ Dennoch war die mediale Beachtung in Deutschland sehr dürftig. „ARD“ und „ZDF“ kamen insgesamt auf nicht einmal drei Stunden Berichterstattung und die privaten Sender begrenzten sich auf knappe Einzelnachrichten. Ähnlich negative Beispiele lassen sich für Atlanta 1996 nennen, wo fünf Monate vor Beginn der Spiele noch keine Einigung über die Senderechte erzielt wurde.⁷²

Bei den Paralympics 2000 in Sydney fiel die Berichterstattung positiver aus. Nicht nur zahlreiche Zeitungsartikel informierten über herausragende Leistungen und Medaillenerfolge, sondern auch die Sendezeiten der öffentlich-rechtlichen Fernsehsender wurden erheblich verlängert. Weltweit verfolgten etwa 660.000 Zuschauer das Sportereignis. Ab diesem Zeitpunkt kündigten die Öffentlich-Rechtlichen eine umfangreiche Berichterstattung an.⁷³

Auch Kauer und Bös zufolge fehlt die Berichterstattung über wichtige nationale und internationale Ereignisse im Behindertensport weitgehend. Demnach wird die Berichterstattung über die Paralympics von großen Teilen der Teilnehmer für unzureichend befunden.

⁷¹ Petzsche Annette: Darstellung und Wirkung des Sports in den Medien II. Behindertensport in den Medien. 2001/2002. URL: www.uni-leipzig.de/~mediensp/seminar/24_Petzsche.doc. Abrufdatum: 14.06.2012

⁷² Kauer, Oliver/ Bös, Klaus: Behindertensport in den Medien. Aachen. 1998. Seite 19

⁷³ Kemper, P./Teipel, D./ Heinemann D.: Selbst- und Fremdbild behinderter Leistungssportler und – Sportlerinnen. Friedrich-Schiller-Universität Jena Institut für Sportwissenschaft. S. 260

Zwischen der von der von Sportlern mit Behinderung gebotenen Leistung und seinem Widerhall in den Medien bestehe noch eine Diskrepanz. Und das gilt dann zwangsläufig in der Folge wohl auch für die gesellschaftliche Wahrnehmung.⁷⁴

Dabei sind zunehmend Parallelen zwischen Leistungssportlern mit und ohne Behinderung zu finden. Auch der Leistungssport von Menschen mit Behinderung professionalisiert sich zunehmend. Tägliches Training unter fachlich qualifizierter Anleitung sowie umfassende medizinische und physiotherapeutische Betreuung bilden die gleiche Grundlage für Spitzenleistungen wie bei Nichtbehinderten.⁷⁵

Daraus leitet DBS-Präsident Friedhelm Julius Beucher während den letzten Paralympics 2010 einen Anspruch auf Gleichberechtigung in den Medien ab:

„Die Paralympics in Vancouver werden erneut zeigen, dass unsere behinderten Leistungssportler zu den Besten der Welt zählen. Diese Sportler müssen in Zukunft einen angemessenen Raum in den Medien erhalten. Das gebietet unser Anspruch auf Chancengleichheit und Respekt vor den Leistungen dieser Athletinnen und Athleten“⁷⁶

⁷⁴ Kauer, Oliver/ Bös, Klaus: Behindertensport in den Medien. Aachen. 1998.

⁷⁵ Deutscher Bundestag: Sportbericht der Bundesregierung. 04.12.2006. Seite 43. URL: http://www.bmi.bund.de/SharedDocs/Downloads/DE/Veroeffentlichungen/11_sportbericht.pdf?__blob=publicationFile. Abrufdatum: 15.07.2012

⁷⁶ DBS-Präsident: Pressemitteilungen. Aktuelle Studie vor den Paralympics 2010: Interesse an Leistungen behinderter Athleten auf hohem Niveau. 04.03.2010. URL: <http://www.themenportal.de/sport/aktuelle-studie-vor-den-paralympics-2010-interesse-an-leistungen-behinderter-athleten-auf-hohem-niveau-19742>. Abrufdatum: 15.07.2012

5.2 Berichtende Medien

Die Berichterstattung über die Weltspiele der Behinderten unterscheidet sich sowohl quantitativ als auch qualitativ von der Berichterstattung anderer internationaler Sportereignisse.

5.2.1 Quantitative Aspekte

„Weniger als ein Prozent der Sportberichterstattung in Tageszeitungen widmet sich dem Behindertensport. In der heutigen Sportberichterstattung bleibt für den Behindertensport als Sportart und Therapie kein publizistischer Platz, es sei denn, auch hier stehen Höchstleistungen, nationale Identifikationen oder weltweite Ereignisse im Vordergrund. In Nachricht oder Bericht sowie Live-Übertragung oder Sport-Magazin haben nur wenige Sportarten und exotische Themen eine Chance, berücksichtigt zu werden.“⁷⁷

Paralympics 1992 in Barcelona- das im Kapitel 5.1 "Chronik des Behindertensport" genannte Beispiel auf Seite 37 zeigt die wenig befriedigende mediale Beachtung, vor allem durch die kurzen Sendezeiten. Auch werden seit 1992 alle Platzierungen der Olympischen Athleten im Videotext veröffentlicht, eine Erwähnung der Erfolge der paralympischen Spitzensportler erfolgt jedoch nicht.⁷⁸

Eine Untersuchung des Institutes für Sportpublizistik an der Deutschen Sporthochschule Köln, während den Olympischen Spielen 2000 in Sydney und 2002 in Salt Lake City, verdeutlicht ebenfalls, dass vielen Sportereignissen des Behindertensports ein geringeres Informations- und Unterhaltungspotential beigemessen wird, als dem Sport, wie er uns täglich im Fernsehen begegnet. Die Studie untersucht quantitative wie auch qualitative Aspekte der medialen Berichterstattung der Paralympics in deutschen überregionalen Tageszeitungen im Vergleich zur Olympiaberichterstattung. Als Basis der Analyse dienten die drei wichtigsten Tageszeitungen „Frankfurter Allgemeine Zeitung“, „Süddeutsche Zeitung“ und „Die Welt“.

⁷⁷ Kauer, Oliver/ Bös, Klaus: Behindertensport in den Medien. Aachen. 1998.

⁷⁸ Kauer, Oliver/ Bös, Klaus: Behindertensport in den Medien. Aachen. 1998.

Die veröffentlichten Artikel wurden auf Umfang, ergebnisorientierte, sportlerorientierte und sportorientierte Berichterstattung untersucht.

Paralympics:

- Anzahl der jeweiligen Artikel: 82
- Durchschnittliche Länge der Artikel: 57,3 Zeilen

Olympische Spiele:

- Anzahl der jeweiligen Artikel: 1965
- Durchschnittliche Länge der Artikel: 89,8 Zeilen⁷⁹

→ Anhand der Zahlen ist zu erkennen, dass zu den Paralympics lediglich 82 Artikel geschrieben wurden, die im Durchschnitt auch wesentlich kürzer waren als die 1.965 Artikel zu den Olympischen Spielen.

Parallel zur Berichterstattung ließ auch die Zuschauerresonanz in den vergangenen Jahren zu wünschen übrig. Erst die Paralympischen Spiele 2008 in Peking brachten einen gewissen Durchbruch. Erstmals gab es Live-Bilder von 13 Sportarten mit verschiedenen Grafikeinblendungen und Zeitlupen. Das erlaubte wiederum längere, attraktive Zusammenfassungen und Live-Berichte. Insgesamt sendete das „ZDF“ rund 48 Stunden von den Paralympics. Durchschnittlich verfolgten 1,45 Millionen Zuschauer die zusammenfassenden Sendungen am späten Nachmittag.⁸⁰

In den Jahren zwischen den Paralympics sieht es dagegen nach wie vor düster aus. Knapp 1.500 Demonstranten, viele mit Rollstühlen, versammelten sich am 27.04.2012 unter dem Motto: „Rettungsschirme für alle“ im Berliner Regierungsviertel. Verbände wie „Aktion Mensch“ fordern mehr Teilhabe für Behinderte. Nach der anfänglichen Freude über die Teilnehmerzahl, muss jedoch am

⁷⁹ Löscher, Katja: Der Behindertensport in den Medien. GRIN Verlag. 04.07.2007.

⁸⁰ Gruschwitz, Dieter: Der Sportsommer im ZDF. ZDF Jahrbuch. 2008. URL: <http://www.zdf-jahrbuch.de/2008/schwerpunkte/gruschwitz.php>. Abrufdatum: 10.05.2012

Abend festgestellt werden, dass keinerlei Berichterstattung, weder im Nachrichtenmagazin „Abendschau“ noch im Rundfunk „Berlin Brandenburg“, über die Demo stattgefunden hat.⁸¹ Laut Bärbel Reichelt, Vorsitzende des Berliner Behindertenverbandes, fänden Berichte über das Thema Behinderten in vielen TV- und Radio-Programmen kaum statt. So sagte sie auch nach der Demonstration in einem Interview der Tageszeitung „taz“: *„Nicht einmal eine Nachricht ohne Bild, gar nichts! Wie im letzten Jahr!“*⁸²

Eine verlässliche Berichterstattung findet über Special Interest Zeitschriften wie „Behindertensport in Sachsen (BIS)“ oder „Handicap“^{83 84} statt. Sie berichten ausführlich über das Thema. Ihre Reichweite ist jedoch gering (Druckauflage von „Handicap“: 28.000) und sie dürften kaum in die allgemeine Öffentlichkeit vordringen.

Auch im Internet hat der Behindertensport eine immer stärker zunehmende Bedeutung. Seiten wie www.paralympics.de informieren ständig über die neusten Ereignisse. Auch der DSB veröffentlichte während den Paralympics eine offizielle Seite.⁸⁵

⁸¹ Wenk, Eric: Nicht einmal eine Meldung. In: taz. Die Tageszeitung. 11.06.2012. URL: <http://www.taz.de/Menschen-mit-Behinderung-in-den-Medien!/95042/>. Abrufdatum: 16.06.2012

⁸² Wenk, Eric: Nicht einmal eine Meldung. In: taz. Die Tageszeitung. 11.06.2012. URL: <http://www.taz.de/Menschen-mit-Behinderung-in-den-Medien!/95042/>. Abrufdatum: 16.06.2012

⁸³ Handicap: Das Magazin für Lebensqualität für Menschen mit Behinderung und ihre Freunde. URL: <http://www.handicap.de/>. Abrufdatum: 18.06.2012

⁸⁴ Behindertensport in Sachsen BiS. URL: http://behindertensport-sachsen.de/sbv/bis/download/BIS112_21032012_web.pdf. Abrufdatum: 18.06.2012

⁸⁵ Deutscher Behindertensportverband: Aktuelles von den Paralympics. URL: http://behindertensport-sachsen.de/sbv/bis/download/BIS112_21032012_web.pdf. Abrufdatum: 18.06.2012

5.2.2 Qualitative Aspekte

Behindertensportler selbst kritisieren immer wieder das mangelnde Hintergrundwissen der Journalisten über die verschiedenen Schadensklassen, die Besonderheiten der Einschränkungen und die Geschichte des Behindertensports.⁸⁶

Auch standen bei der Behindertensportberichterstattung mehr die gesundheitlichen Einschränkungen im Vordergrund. Sportliche Leistungen wurden kaum beachtet. Begriffe, wie „Trotzdem ein Athlet“, oder „Sorgenkind“ fielen ständig, Kritik bei schlechten Leistungen jedoch nicht. Mangelndes Interesse, fehlendes Hintergrundwissen der Journalisten sind oft Ursachen für eine drittklassige Berichterstattung. Bei Berichterstattungen durch die Medizin und Sozialredaktion wurde weniger das Ergebnis bekannt gegeben, als der medizinische Aspekt der Athleten.⁸⁷

Laut Meinung des IPC Präsidenten, Sir Philip Craven, sind jedoch Fortschritte zu erkennen. So sagte er in einem Interview über die Paralympischen Spiele 2008 in Peking:

„Wir hatten eine teils großartige Berichterstattung und mittlerweile sehen die Medien, die Sportmedien, die Spiele als Sport. Und genau das sind sie auch. Hier liegt wahrscheinlich die größte Leistung des IPC der vergangenen acht bis zehn Jahre. Wir sind keine Behindertenorganisation, die Sport treibt, sondern wir sind schlichtweg eine Sportorganisation.“⁸⁸

⁸⁶ Kauer, Oliver/ Bös, Klaus: Behindertensport in den Medien. Aachen. 1998

⁸⁷ Petzsche Annette: Darstellung und Wirkung des Sports in den Medien II. Behindertensport in den Medien. 2001/2002. URL: www.uni-leipzig.de/~mediensp/seminar/24_Petzsche.doc. Abrufdatum: 18.06.2012

⁸⁸ Deutsche gesetzliche Unfallversicherung: Behindertensport und barrierefreie Sportstätten. In: DGUV Forum. September. 2009. Seite 14

6 Ursachenanalyse - Faktoren, die die Berichterstattung über Behinderte beeinflussen

Bei einigen Bildern Paralympischer Spielen fällt die wenig einfallsreiche Inszenierung der Ereignisse und der Athleten auf. 2006 wurde in Turin ein Bild von einem Langläufer aufgenommen, das man als typische Aufnahme bezeichnen könnte.



Abbildung 9: Paralympics 2006- Skilangläufer Brian McKeever.⁸⁹

Der Hintergrund auf diesem Bild besteht aus einem Waldabschnitt, es sind keine Zuschauer und Fans zu sehen und die Markierungen an der Wegstrecke fehlen.

⁸⁹ Blinder Langläufer bei Olympia. McKeever schreibt Geschichte. In: merkur-online. 25.01.2012. URL: <http://www.merkur-online.de/olympia-2010-vancouver/aktuell/blinder-langlaeufer-olympia-mckeever-schreibt-geschichte-603862.html>. Abrufdatum: 13.07.2012

Auch die Behinderung des Athleten ist nicht sofort erkennbar. Erst die Bildunterschrift verweist darauf, dass der Athlet blind ist: „Brian McKeever neben seinem Begleiter auf dem Weg zum Sieg Langlaufwettbewerb der Blinden bei den Paralympics Turin 2006.“⁹⁰

Oftmals entsteht der Eindruck, dass Behinderungen ausgeblendet werden und die Wahl des Bildes oft willkürlich erscheint. Im Hinblick auf das Engagement des Internationalen Paralympischen Komitee, das um eine Imageverbesserung und um eine stärkere Medienpräsenz kämpft, erstaunt diese Art der Berichterstattung. Die Paralympics besitzen einen ähnlichen Charakter wie die Olympischen Spiele, sie verfügen über Internationalität, Größe und Eventcharakter. Warum gelingt es den Verantwortlichen also nicht, eine angemessene Berichterstattung durch die Massenmedien zu erlangen?

Um diese Frage beantworten zu können, muss zunächst ein Blick auf den Mediensport geworfen werden. Dieser nutzt zunehmend das Mittel Ästhetik und (Produkt-)Differenzierung.⁹¹ Allein die sportliche Leistung scheint nicht mehr zu genügen, um im Mediensport Präsenz zu erlangen. Differenzierung und Inszenierung durch Zusatzleistungen rücken mehr und mehr in den Vordergrund. Ein gutes Beispiel ist Tiger Woods, der zusätzlich zu seinem sportlichen Vermögen eine außergewöhnliche Persönlichkeit ist, bzw. als solche gut inszeniert werden kann. Auch seine zahlreichen Skandale im Privatleben schaden ihm weniger als sie ihn gleichzeitig für die Öffentlichkeit noch interessanter machen und seine Vermarktbarkeit verbessern.⁹²

Eine weitere Möglichkeit ist beispielsweise Aggressivität. Gewalt im Sport hat ein hohes Aufmerksamkeitspotential, da der Zuschauer durch Gewaltdarstellungen leicht erregbar ist. Dass Medien im Sport durchaus Strategien nutzen, Gewalt in ihrer Berichterstattung aufmerksamkeitshesisch zu inszenieren,

⁹⁰ Blinder Langläufer bei Olympia. McKeever schreibt Geschichte. In: merkur- online. 25.01.2010- URL: <http://www.merkur-online.de/olympia-2010-vancouver/aktuell/blinder-langlaeufer-olympia-mckeeverschreibt-geschichte-603862.html>. Abrufdatum: 13.07.2012

⁹¹ AV montage. Mediensport. In: Zeitschrift in Theorie und Geschichte audiovisueller Kommunikation

⁹² Tigers Bußgang. In: Online Focus. 19.02.2012. URL: http://www.focus.de/panorama/welt/golfstar-tigers-bussgang_aid_482180.html. Abrufdatum: 21.06.2012

zeigt die fortwährende Wiederholung des Bildes vom schreienden damaligen Fußballprofi Ewald Lienen, dem durch ein grobes Foul der rechte Oberschenkel aufgeschlitzt wurde. Lienen machte die Szene um Größenordnungen bekannter als zuvor, dabei konnte der Stürmer von Arminia Bielefeld schon vorher beachtliche Erfolge erzielen. Auch Norbert Siegmann, seit dem „Schlitzer“ genannt, hielt Einzug in die Bundesliga-Geschichte. Das Bild aus den 1980er Jahren wurde noch Monate danach in den Medien gezeigt.⁹³

Ein weiteres Mittel ist die Sportkleidung - Sex sells. Gerade Erotik produziert immer wieder zuverlässig Wirkung bei Lesern und Zuschauern, sorgt für steigende Auflagen und Vermarktungserfolge. Dies wird vom Sport und Sportlern gezielt genutzt: David Beckham modelt für „Armani“-Unterwäsche, Athletinnen ziehen sich für das Männermagazin „Playboy“ aus und im Beachvolleyball wurde knappe Bekleidung bereits vom Verband als Teil des Regelwerks vorgegeben.⁹⁴

Welche Rolle können die Paralympics in diesem Konzept spielen? Behindertensport erfüllt nur schwerlich die gängigen Vorstellungen von Ästhetik und Erotik. Er muss im Gegenteil gegen ästhetisch basierte Vorurteile ankämpfen. Hierin dürfte eine nicht unerhebliche Ursache der geringen Berichterstattung liegen.

Werden die Leistungen von Behinderten nicht auch geringer geschätzt, weil sie an die Leistung von unbeeinträchtigten Menschen in aller Regel nicht heranreichen? Und ist dies in unserer leistungsfixierten Kultur nicht auch ein Grund für Abwertung? Die Strategien der Personalisierung, die Fokussierung auf Individuen, auf Sporthelden, die miteinander konkurrieren und kämpfen scheinen im Behindertensport nicht zu laufen. Kaum einer kennt einen behinderten Sportler mit Namen. Warum? Weil es dem Publikum schwer fällt, sich mit gehandicapten

⁹³ Foul mit schlimmen Folgen. Siegmann fällt Lienen. In: WAZ. 14.08.2008. URL: <http://www.derwesten.de/sport/foul-mit-schlimmen-folgen-siegmann-faellt-lienen-id19629.html>. Abrufdatum: 21.06.2012

⁹⁴ Vogel, Christoph: „Sporno“ auch bei der Frauen- WM?. In: RP Online. 08.07.2011. URL: <http://www.rp-online.de/sport/fussball/frauen/wm/sporno-auch-bei-der-frauen-wm-1.1326272>. Abrufdatum: 22.06.2012

Personen zu identifizieren.⁹⁵ Der Mensch möchte der unversehrte Held sein. Dass es für die heutige Gesellschaft sehr wichtig sein könnte, sich von eigenen, kleineren Handicaps nicht an Leistung und Lebensfreude hindern zu lassen und dass es deshalb eine große Ermutigung ist, Menschen zu sehen, die sich auch von schweren Einschränkungen nicht unterkriegen lassen, ist vielleicht noch nicht genug verbreitet worden. Neben der fehlenden Möglichkeit zu Ästhetisierung und Erotisierung des Behindertensports, könnten auch Verdrängungsmechanismen ein weiteres Hindernis für Zuschauer sein. Die Angst vor Verletzung und Behinderung etwa durch Verkehrs- oder Arbeitsunfall führt dazu, dass man sich der Konfrontation mit behinderten Menschen entzieht, Abwehr entwickelt und lieber wegsieht.

Trotz aller Mängel auf Seiten der Massenmedien darf die mangelnde Übermittlung von Informationen durch die Behindertensportvereine an die Presse nicht außen vor gelassen werden. Die Medien, die in ihrer Handlungslogik in erster Linie wirtschaftlichen Zwängen folgen, können nicht allein für diesen Zustand verantwortlich gemacht werden.

So bemängelt 1993 bei einer Reha-Messe Christoph Fischer, stellvertretender Redakteur des Sport-Informations-Dienstes:

*„Wenn der Dachverband sogar angemahnt werden muss, Informationen zu übermitteln, dann darf man sich auf Seiten der Behindertensportler nicht wundern, dass sie sich in der Medienlandschaft nicht ausreichend berücksichtigt sehen.“*⁹⁶

⁹⁵ Institut Sportökonomie und Sportmanagement der Deutschen Sporthochschule Köln: TV-Marketing im Sport – Instrumente und Randbedingungen. Faktoren des TV-Erfolgs von Sportverbänden. Köln 2006. URL: http://zb-sport.dshs-koeln.de/Hochschulschriften/Dissertationen-Internet/2006/Dirk_Mazurkiewicz/TV-Marketing-im-Sport-12.2006.pdf. Abrufdatum: 22.06.2012

⁹⁶ Kauer, Oliver/ Bös, Klaus: Behindertensport in den Medien. Aachen. 1998. Seite 37

Ein weiterer Punkt ist die Vielzahl der Schadensklassen im Bereich des Behindertensports. Durch diese werden die verschiedenen Behinderungsarten eingeteilt, um jedem Sportler eine faire Chance im sportlichen Wettkampf zu ermöglichen. Für den Laien ist es allerdings ziemlich schwer, einen Überblick zu behalten.

Alle Mängel und Hindernisse führen aber zu einem letztlich eindeutigen Ergebnis: Fehlende und zweitklassige Berichterstattung in den Medien führt dazu, dass das wichtigste Ziel des Behindertensports verfehlt wird – die bessere gesellschaftliche Integration von Menschen mit Behinderungen.

7 Private Unternehmen als Unterstützer des Behindertensports

Nun stellt sich die Frage, ob private Unternehmen das erreichen, was Verbände und ihre Medienpartnern nur mangelhaft erzielen können? Diese Frage wird im Folgenden am Beispiel Ottobock untersucht.

7.1 Das medizintechnische Unternehmen Ottobock

Im Jahr 1919 gründete der Orthopädiemechaniker Otto Bock eine Firma, die tausenden Verletzten des Zweiten Weltkrieges mit orthopädischen Produkten versorgen sollte. Mit seiner Idee, Prothesenteile in Serienproduktion zu fertigen, setzte er den Grundstein für die Orthopädische Industrie. Nach der Gründung zog das Unternehmen nach Königsee in Thüringen. Im stetig wachsenden Betrieb arbeiteten später bis zu 600 Beschäftigte. Drei Jahre nach dem Zweiten Weltkrieg wurde das gesamte Vermögen der Familie in der damaligen DDR enteignet und der Neubeginn im niedersächsischen Duderstadt erwies sich als schwierig. Zwar hatte Otto Bocks Schwiegersohn Dr.-Ing. E.h. Max Näder seit 1946 einen neuen Standort in Duderstadt aufgebaut, doch der Mangel an Fachkräften, Geld und Material stellte eine große unternehmerische Herausforderung dar. Dennoch behielt Max Näder die Firmenphilosophie bei, immer neue Ideen zu entwickeln. Sein Sohn Professor Hans Georg Näder übernahm 1990 im Alter von 28 Jahren die Leitung der Firmengruppe, zu der neben der Otto Bock HealthCare auch die Otto Bock Kunststoff und die Sycor zählen.⁹⁷

Die Unternehmensgruppe Ottobock entwickelt, produziert und verkauft weltweit Produkte der Technischen Orthopädie und der Rehabilitation. Die Orthopädie umfasst neben den prothetischen Produkten auch Orthesen, ein medizinisches Hilfsmittel zur Stabilisation und Epithesen, die dem ästhetischen Ausgleich von Körperdefekten mittels körperfremdem Material dienen.

⁹⁷ Ottobock: Historie- Fortschritt hat Tradition. URL:

http://www.ottobock.de/cps/rde/xchg/ob_de_de/hs.xsl/696.html. Abrufdatum: 25.06.2012

Im Gegensatz dazu beinhaltet der Bereich Rehabilitation Leichtgewicht-, Aktiv- und Elektrorollstühle, Produkte für Kinderrehabilitation und vieles mehr.⁹⁸ Laut Ottobock ist das Unternehmensziel, die Lebensqualität für Menschen mit Handicap zu verbessern, sprich fehlende Körperteile durch möglichst funktionale Prothesen zu ersetzen und eingeschränkte Körperfunktionen zu unterstützen. Ein Beispiel der aktuellen Entwicklung von Ottobock ist die erste gedankengesteuerte Armprothese, die 2007 vorgestellt wurde. Nervenbahnen ermöglichen eine Beweglichkeit der Prothese, die dem natürlichen Vorbild so wenig wie möglich nachstehen soll.⁹⁹ Neben dem funktionalen Nutzen ist auch das Erscheinungsbild einer Prothese entscheidend für die Akzeptanz des Produktes. Deshalb nimmt das Unternehmen regelmäßigen an Design-Wettbewerben teil.¹⁰⁰

Das Unternehmen legt nach eigenen Angaben großen Wert auf Fortbildungsangebote für Mitarbeiter und Kunden und hat entsprechende Institutionen geschaffen. Hinzu kommt die firmenunabhängige „Ottobock Stiftung“. Sie wurde mit dem Ziel gegründet, Forschung und Entwicklung in der technischen Orthopädie zu fördern und Fortbildungsmaßnahmen unter anderem für Ärzte und Ingenieure anzubieten. Auch sollen sogenannte Orthopädie-Werkstätten in Ländern helfen, deren medizinische Infrastruktur nicht den heutigen Standards entspricht.¹⁰¹

Nach eigenen Angaben ist Ottobock seit Jahren auf einem stabilen Wachstumskurs und konnte 2011 einen Konzernumsatz von 582,8 Millionen Euro erzielen. Auch die Anzahl der Vollzeitbeschäftigten stieg Ende 2011 auf weltweit 4.848. In der Prothetik ist Ottobock Weltmarktführer. 2011 entfielen Umsatzerlöse von 83,7 Prozent auf den Bereich Orthopädie.

⁹⁸ Ottobock: Daten & Fakten. Umsatz. Nach Geschäftsbereichen URL:

http://www.ottobock.de/cps/rde/xchg/ob_de_de/hs.xsl/988.html. Abrufdatum: 25.06.2012

⁹⁹ Ottobock: Ottobock weltweit. Unsere Philosophie. URL:

http://www.ottobock.de/cps/rde/xchg/ob_de_de/hs.xsl/8320.html. Abrufdatum: 27.06.2012

¹⁰⁰ Ottobock: Ottobock weltweit. Qualität Unser Credo. URL:

http://www.ottobock.de/cps/rde/xchg/ob_de_de/hs.xsl/207.html. Abrufdatum: 29.06.2012

¹⁰¹ Ottobock: Die Ottobock Stiftung. URL: http://www.ottobock.de/cps/rde/xchg/ob_de_de/hs.xsl/200.html. Abrufdatum: 30.06.2012

Ottobock hat seine Wachstums- und Entwicklungsziele in den letzten Jahren neu definiert, um schließlich bis 2020 mit rund 9.000 Mitarbeitern 1,3 Milliarden Euro Umsatz zu erwirtschaften.

Durch neue Produkte, Märkte und einer digitalen Zukunft sollen laut der Unternehmensgruppe Wachstumspotenziale eröffnet, die Bindung zu Kunden intensiviert und ein einheitlicher Markenauftritt geschaffen werden. Außerdem soll der Einsatz von neuen, besseren Materialien für mehr Sicherheit und Komfort sorgen. Für eine erfolgreiche Zukunft möchte Ottobock weiter nach innovativen Lösungen suchen, aus diesem Grund investiert das Unternehmen jährlich 30 Millionen Euro für Forschung und Entwicklung. Das Ziel, das nach Angaben Ottobocks auch in Zukunft höchste Priorität besitzen wird, besteht darin, Menschen mit Einschränkung Mobilität zurückzugeben.¹⁰²

7.2 Internationale Sportförderung

Warum engagiert sich das Unternehmen in der Sportförderung? Sowohl die Werte als auch die Regeln des Sportes korrespondieren mit den Aspekten, die dem Unternehmen nach eigenen Ansichten den weltweiten Erfolg brachten:

- Leistungsmotivation mit einer klaren Zielorientierung
- Teamgeist
- Selbstbewusstsein im Wettbewerb
- Fitness als geistige und körperliche Beweglichkeit
- Fairplay
- Kontinuierliche Integration junger Menschen

Deshalb setzt Ottobock sein weltweit entstandenes Netzwerk für den Sport ein. Das Unternehmen übernimmt seit den Paralympics 1988 in Seoul den Part, Athleten aus aller Welt, als exklusiver Service Provider zur Seite zu stehen.¹⁰³ Bereits 1988 boten fünf Orthopädie- Techniker bei den Sommerspielen in Seoul

¹⁰² Ottobock: Ottobock weltweit- Ottobock heute. URL:

http://www.ottobock.de/cps/rde/xchg/ob_de_de/hs.xsl/697.html. Abrufdatum: 01.07.2012

¹⁰³ Ottobock: Soziale und regionale Verantwortung. URL:

http://www.ottobock.de/cps/rde/xchg/ob_de_de/hs.xsl/698.html. Abrufdatum: 01.07.2012

ihre Dienstleistungen an. Daraufhin wurde das Projekt 1992 in Barcelona ausgebaut und eine mobile Werkstatt von Deutschland geliefert. Seitdem ist das Unternehmen bei allen Paralympics, ob Winter- oder Sommerspiele, mit seinen Produkten und Dienstleistungen dabei.

Um den 4.200 Athleten gerecht zu werden und den gewünschten Service anbieten zu können, rückt der offizielle Sponsor auch 2012 mit 78 Orthopädie-Technikern aus 20 Ländern an. Insgesamt werden neun Tonnen Ausrüstung und 15.000 Ersatzteile von Duderstadt an die Themse transportiert, so dass die Hauptwerkstatt eine Woche vor der Eröffnungsfeier öffnen kann um somit Rollstühle, Prothesen und Orthesen der Athleten vor dem Start der Wettkämpfe überprüfen zu können.

„Wir sehen uns gern in der Pflicht, unsere Kompetenz, unsere Globalität und unsere Erfahrung mit orthopädietechnischer Spitzenqualität auch dem weltweiten Sport von Menschen mit einer Behinderung zur Verfügung zu stellen“, sagte Professor Hans Georg Näder, Geschäftsführender Gesellschafter von Ottobock.¹⁰⁴

Ein Aspekt darf jedoch nicht außer Acht gelassen werden - im Gegensatz zu anderen Veranstaltungen im Bereich Behindertensport, erfreuen sich die Paralympischen Spiele an großer Bekanntheit, ziehen hunderttausende Fans an und erreichen dadurch eine hohe Medienrepräsentanz. Gerade deshalb bietet der Spitzensport Ottobock die Möglichkeit das eigene Unternehmen international zu präsentieren, den Bekanntheitsgrad zu steigern und die sportnahen Produkte zu vermarkten. Die fortschreitende Sättigung der Märkte, die zunehmende Ähnlichkeit im Werbeauftritt sowie die Informationsüberflutung des Konsumenten, die sich in einer Ablehnung werblicher Maßnahmen widerspiegelt, fordert von Unternehmen, sich kommunikativ abzugrenzen und innovative Werbeideen zu präsentieren. Sportsponsoring eignet sich gegenüber anderen, insbesondere klassischen Kommunikationsformen bestens dafür und lässt sich sehr gut mit weiteren kommunikativen Maßnahmen kombinieren. Durch das Sponsoring internationaler Ereignisse im Behindertensport ist die präzise Er-

¹⁰⁴ Ottobock: Partnerschaften. Worldwide Partner of the Paralympic Movement. URL: <http://passion.ottobock.com/de/historie/partnerschaft/>. Abrufdatum: 02.07.2012

reichbarkeit einer definierten Zielgruppe gewährleistet. So können Menschen mit Handicap in nicht-kommerziellen Situationen, sprich in ihrer Freizeit- und Erlebniswelt angesprochen werden. Das Sportsponsoring-Konzept wird so vom Zuschauer besser akzeptiert und ein unbewusst wahrgenommener Auftritt des Sponsors gewährleistet Verminderung von Streuverluste wie sie oftmals bei Formen der klassischen Werbung durch Reizüberflutung vorkommen. Zusätzlich wird der Behindertensport mit positiven Attributen wie Erfolge, Fitness, Siege und Höchstleistungen trotz körperlicher Einschränkung verbunden. Zuschauer werden so emotional an den Sport gebunden. Ottobock nutzt das saubere Image des Behindertensports und die Massenmedien als Multiplikator für eigene Unternehmenszwecke und Sponsoringbotschaften. Das Unternehmen präsentiert der Öffentlichkeit somit seine Artikel unter dem Motto Menschen mit Einschränkungen durch Prothesen und Rollstühle Mobilität zurückzugeben und so für mehr Lebensqualität zu sorgen.

8 Analyse der Öffentlichkeitsarbeit

8.1 Definition Öffentlichkeitsarbeit

Öffentlichkeitsarbeit, auch Public Relations genannt, ist das bewusst geplante und dauerhafte Bestreben, gegenseitiges Verständnis, Aufmerksamkeit und Vertrauen in der Öffentlichkeit aufzubauen und zu pflegen: Arbeit in der Öffentlichkeit, Arbeit für die Öffentlichkeit, Arbeit mit der Öffentlichkeit.¹⁰⁵

Öffentlichkeitsarbeit soll nicht nur ein positives Image erzeugen und vermitteln, sondern auch Angebote, Leistungen und Ziele des Unternehmens veranschaulichen, verschiedene Zielgruppen ermitteln und durch interne Kommunikation die eigenen Mitarbeiter motivieren.¹⁰⁶

8.2 Ottobock und die Öffentlichkeitsarbeit

Herr Karsten Ley, Leitung der Unternehmenskommunikation Ottobock, nahm am 15. Juni 2012 in einem Telefongespräch Stellung zum Thema: „Öffentlichkeitsarbeit einer Randsportart am Beispiel des medizintechnischen Unternehmens Ottobock.“

Stark veränderte Märkte, interne Baustellen wie neue Produktsegmente und fehlende Richtlinien für eine weltweite Kommunikation, deckten Schwächen der Öffentlichkeitsarbeit von Ottobock auf. So lag der Fokus der Öffentlichkeitsarbeit bis 2002 auf der Fachpresse. Durch eine Neupositionierung möchte das Unternehmen laut Herrn Ley eine zielgruppenspezifische Kommunikation aufbauen und eine neue Dachmarke entwickeln.¹⁰⁷

¹⁰⁵ Website PR. Pressearbeit- als Aufgabe im Unternehmen und praktische Grundlagen. URL: <http://v.hdm-stuttgart.de/projekte/websitepr/pressearbeit.php>. Abrufdatum: 08.07.2012

¹⁰⁶ Prof. Dr. Jan Lies: Öffentlichkeitsarbeit. Gabler Wirtschaftslexikon. URL: <http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Definition/oeffentlichkeitsarbeit.html>. Abrufdatum: 08.07.2012

¹⁰⁷ Interview mit Herrn Karsten Ley, Leitung der Unternehmenskommunikation Ottobock. Abrufdatum: 15.06.2012

Die Marke Ottobock sollte auch in der Publikums- und Wirtschaftspresse an Popularität gewinnen. Ein ganzheitliches Kommunikationskonzept und ein neues Corporate Design wurden unter den Slogans „Quality for Life“ und „Technologie für Menschen“ geschaffen. In der Außenkommunikation werden kaum noch Produkte wie Prothesen oder Rollstühle gezeigt. Vielmehr steht der Mensch im Vordergrund. Lifestyle und Emotion sollen kommuniziert werden. Zur Corporate Social Responsibility – der sozialen, ökologischen oder gesellschaftlichen Verantwortungsübernahme – gehörten hingegen nach Angaben des Unternehmens Aufgaben wie aktiver Umweltschutz, Förderung von Forschung und Wissenschaft, sowie Engagement in sozialen Bereichen. Vor allem das Sponsoringkonzept im Bereich Behindertensport trägt zur positiven Wahrnehmung der Marke bei. Seit 2002 nahm die Berichterstattung um 275 Prozent zu. 2007 gab es mehr als 1.000 Print- und Online-Berichte mit 300 Millionen Leserkontakten sowie 50 Fernsehbeiträge über Ottobock.¹⁰⁸

8.3 Zielsetzung der Öffentlichkeitsarbeit

In erster Linie geht es dem Unternehmen selbstverständlich um den Verkauf seiner Produkte. Jedoch betont Herr Ley den psychologischen Aspekt ihrer Arbeit:

„Der Behindertensport gibt Menschen mit einer Einschränkung eine gewisse Mobilität im Leben zurück. Deshalb sehen wir es als unsere Aufgabe, Sportler zu motivieren, Leistung zu bringen, auch mit dem Hintergedanken, Folgeerscheinungen so vermeiden zu können.“¹⁰⁹

Neben dem psychologischen Aspekt und der Präsentation der Produkte spielen Ziele eine große Rolle in der Unternehmenskommunikation, die - wie vor allem die Selbstdarstellung des Unternehmens - mit der Arbeit in der Öffentlichkeit erreicht werden sollen.

¹⁰⁸ Interview mit Herrn Karsten Ley, Leitung der Unternehmenskommunikation Ottobock. Stand: 15.06.2012

¹⁰⁹ Interview mit Herrn Karsten Ley, Leitung der Unternehmenskommunikation Ottobock. Stand: 15.06.2012

Ottobock versucht mit verschiedenen Kommunikationsstrategien den Bekanntheitsgrad zu erhöhen, das Unternehmensimage zu verbessern und eigene Interessen zu kommunizieren. Hier spielen vor allem die Zusammenarbeit mit Behindertensportlern oder Präsenz auf diversen Social Media Plattformen eine wichtige Rolle. Sie werden im Kapitel 8.4 "Kommunikationsstrategien der Öffentlichkeitsarbeit" auf Seite 57 dargestellt. Ziel ist es, mittels Verständnis, Sympathie und Vertrauen neue Zielgruppen zu gewinnen, um somit möglichst neue Märkte erschließen zu können.

Zum einen ist sicherlich ein Imagetransfer der oft beeindruckenden und motivierenden Leistungen der behinderten Sportler auf das Unternehmen erwünscht, zum anderen soll durch das Sponsoring auch das Image als verantwortungsbewusster Förderer ausgebaut werden. Allein die Tatsache, dass sich Ottobock um die Förderung einer Randgruppe bemüht und Menschen mit Handicap helfen will, ihre Lebensqualität zu steigern, weckt Sympathie auf Seiten der Öffentlichkeit. Auch betont Ottobock wie wichtig ökologische Ziele für das Unternehmen sind, auf der Homepage werden deshalb Beispiele wie emissionsfreie Produktion, geringer Energieverbrauch und sortenreine Recycling-Systeme für Metall und Kunststoff als Standard kommuniziert. Die Vermittlung dieser positiven Werte soll zur Entwicklung und Unterstützung der eigenen Organisation beitragen und so die Existenzsicherung des Unternehmens und seiner Mitarbeiter gewährleisten. Weiterhin soll die Kommunikation zwischen Öffentlichkeit, der Zielgruppe, aber auch mit Organisationen wie dem Internationalen Paralympischen Komitee verbessert und gepflegt werden. Der Kontakt zu wichtigen Kundengruppen, insbesondere Techniker, Fachhändler oder auch Ärzte, Therapeuten und andere, relevanten Gruppen, darf nicht abreißen.

8.4 Kommunikationsstrategien der Öffentlichkeitsarbeit

Ottobock nutzt viele Instrumente im PR-Bereich, etwa die klassische Pressearbeit für Zeitungen und Zeitschriften, Rundfunk und Fernsehen, interne Kommunikation, sowie Social Media, Internetauftritte, Imagefilme, Veranstaltungen/Events und Kongresse.¹¹⁰ Eine Analyse der hier aufgelisteten Kommunikationsstrategien, die Ottobock als Basis der Öffentlichkeitsarbeit nutzt, soll zeigen ob diese auch innovativ genutzt werden und die gewünschte Wirkung auf Kunden und neue Zielgruppen, also erzielt wird.

8.4.1 Die klassische Öffentlichkeitsarbeit

Das Unternehmen Ottobock greift in diesem Teilbereich auf klassische Methoden zurück. Hierzu zählen vor allem Pressemitteilungen, die über Produkte, Innovationen und Engagement der Ottobock Healthcare Products GmbH informieren. Anzeigen in Tageszeitungen, Zeitschriften und Fachmedien zählen zu den wichtigsten Instrumenten im Bereich Printmedien. Regelmäßig erscheint das Magazin „DIALOG - das Magazin der Otto Bock Healthcare Products GmbH“, das über die neuesten Entwicklungen in und um Ottobock informiert.¹¹¹ Die Ausbildungsbroschüre „Auf die Plätze fertig los! Ottobock“- fasst Berufe, Ausbildungsmöglichkeiten und Studiengänge, die die Unternehmensgruppe anbietet, zusammen.¹¹² Beide Fachzeitschriften sind jedoch nur in einer digitalen Form im Netz auffindbar. Die eigene Homepage (www.ottobock.de) stellt das Unternehmen selbst, seine Aktivitäten und seine Produkte vor. Vor allem kurze Imagefilme vermitteln Einblicke in die Welt von Ottobock und die Produktanwendungen.

¹¹⁰ Interview mit Herrn Karsten Ley, Leitung der Unternehmenskommunikation Ottobock. Abrufdatum: 15.06.2012

¹¹¹ Dialog. Das Magazin der Ottobock Healthcare Products GmbH. URL: http://www.ottobock.at/cps/rde/xbcr/ob_at_de/otto_bock_sonderheft_maerz_09.pdf. Abrufdatum: 10.07.2012

¹¹² Ottobock: Auf die Plätze- fertig los! Die Ausbildungsbroschüre der Ottobock Firmengruppe. URL: http://www.ottobock.de/cps/rde/xbcr/ob_de_de/646D97-D-01-0908w.pdf. Abrufdatum: 10.07.2012

Um das Thema Sportförderung und Paralympics speziell aufgreifen und hervorheben zu können, wurde eine eigene Homepage rund um das Paralympischen Engagement konzipiert. Themen sind unter anderem die Geschichte der Paralympics, die offizielle Partnerschaft mit Ottobock, paralympische Athleten und aktuelle Informationen zu den Spielen in London.

¹¹³Bei einer genaueren Betrachtung der Homepage fällt jedoch auf, dass lediglich drei von sechs Kategorien, die Ottobock auflistet, verfügbar sind. Besucher der Webseite erhalten somit 44 Tage vor Beginn der Paralympics 2012 keine Informationen zu „Technologie“, „Hinter den Kulissen“ und „Win a trip“. Aus Sicht des Besuchers hinterlässt die Homepage daher einen unfertigen Eindruck.¹¹⁴

Um weltweit neue Kunden zu gewinnen und schnelle, unkomplizierte Kommunikations- und Bestellwege zu schaffen, bietet Ottobock in einem Onlineshop (www.ottobock-shop.de) Produkte in den Bereichen Prothetik, Mobile Solutions, Orthetik und Ersatzteile an.¹¹⁵ Der Shop verfügt neben dem Kunden-Login einen sogenannten Gastzugang für Besucher, die zunächst eine Registrierung samt Angabe persönlicher Daten umgehen wollen. Auf den ersten Blick scheint hier, vor allem durch die Startseite mit ihren vier Katalogkategorien, ein gut strukturierter Onlineshop konzipiert worden zu sein. Wählt ein Gast einen Katalog aus, um genauere Informationen zu einem bestimmten Produkt zu erhalten, so erscheint jedoch eine regelrecht zergliederte Internetseite. Alleine der Prothetik-Katalog enthält auf der Startseite des Gastzuganges acht Kategorien zu verschiedenen Produkten, die wiederum mit weiteren Unterkategorien bestückt sind. Um beispielsweise zum Produktbereich „Saarbrückener Frühversorgungsprothese“ zu gelangen, muss ein Nutzer bereits drei Zwischenschritte getätigt haben.

¹¹³ Ottobock; Leidenschaft für Paralympics. URL: <http://passion.ottobock.com/de/home/>. Abrufdatum: 16.07.2012

¹¹⁴ Ottobock; Leidenschaft für Paralympics. URL: <http://passion.ottobock.com/de/home/>. Abrufdatum: 16.07.2012

¹¹⁵ Ottobock; Online Shop. URL: <https://www.ottobock-shop.de/>. Abrufdatum: 11.07.2012

Vorausgesetzt, er findet sich unter den zahlreichen komplizierten Fachbegriffen zurecht, denn eine jeweilige Produktbeschreibung und entsprechende Preisangaben ist im Gastzugang nicht aufzufinden. Eine konkrete Bestellung ist auch erst dann möglich wenn sich der Besucher zuvor unter Kundenlogin registriert hat.

Ottobock zeigt sich laut Leitung der Unternehmenskommunikation auch mit Radiobeiträgen in der Audiowelt. Sie reichen von Interviews mit Mitarbeitern und Geschäftsführern, über die Vorstellung von Produktneuheiten bis hin zu Veranstaltungshinweisen reichen. Interessenten können jedoch im Nachhinein auf keinerlei Informationen zu den jeweiligen Sendungen zurückgreifen, weder im Internet noch auf der Firmenhomepage.

Um Produkte, Innovationen und das Engagement live erleben zu können, präsentiert sich Ottobock regelmäßig auf Messen, Roadshows und Veranstaltungen. Kapitel 8.4.2 auf Seite 61 greift einige Beispiele im Bereich Events und Ausstellungen auf.

Ein weiteres auffälliges Instrument, das Ottobock nutzt um in der Öffentlichkeit aufzufallen ist die Plakatwerbung. Das Unternehmen wirbt mit riesigen Werbeplakaten an Orten mit großem Menschenauflauf.¹¹⁶ So hing etwa eine nicht zu übersehende Werbeinstallation – ein sogenanntes Cross Banner - zu dem Thema Paralympics 2012 im Berliner Hauptbahnhof. Es kann von täglich bis zu 250.000 bis 300.000 Reisenden wahrgenommen werden. Durch ein prägnant ausgewähltes Design, Beschränkung auf das Wesentliche und emotionale Botschaften gewinnt Ottobock als offizieller Sponsor der Spiele 2012 Aufmerksamkeit.



Abbildung 10: Plakatwerbung Ottobock am Hauptbahnhof Berlin¹¹⁷

¹¹⁶ Interview mit Herrn Karsten Ley, Leitung der Unternehmenskommunikation Ottobock. 15.06.2012

¹¹⁷ Private Fotoaufnahme am Berliner Hauptbahnhof

8.4.2 Events und Ausstellungen

Um den Bekanntheitsgrad zu erweitern, Kunden emotional an das Unternehmen zu binden und vor allem das professionelle Unternehmensbild zu präsentieren, betreibt Ottobock laut Carsten Ley ein reges Eventmanagement.

So hat sich Ottobock Healthcare zum Beispiel mit dem „Science Center Medizintechnik“ in Berlin - einem skulpturalen Haus - ein regelrechtes Denkmal an einen prominenten Platz zwischen Brandenburger Tor und Potsdamer Platz mit hoher Publikumsfrequenz gesetzt.



Abbildung 11: Science Center Medizintechnik in Berlin.¹¹⁸

Die Fassade des auffälligen Gebäudes sieht der Struktur einer menschlichen Muskelfaser ähnlich und verweist somit bereits auf sein Inneres. Eine von der Agentur „ART+COM“ gestaltete kostenlose Ausstellung „Begreifen, was uns bewegt“ ermöglicht Besuchern auf drei Etagen durch multimediale und interaktive Installationen menschliches Gehen und Greifen, aber auch innovative Lösungen der Bionik nachzuvollziehen.

¹¹⁸ Science Center Medizintechnik: Organische Architektur am Potsdamer Platz. URL: http://www.sciencecenter-medizintechnik.de/de/mod_content_page/seite/de_hs_Architektur/index.html. Abrufdatum: 13.07.2012

Die Konzeptionisten, bestehend aus Designern, Architekten und Künstlern, erheben den Anspruch, die Medizintechnik zum Erlebnis werden lassen. Besuchern soll durch sinnliche Erfahrung die eigene körperliche Mobilität bewusst gemacht werden. Um auch den kommerziellen Aspekt nicht zu vernachlässigen, versucht Ottobock durch den integrierten Shop Umsatz zu schaffen. Besucher können Andenken im Wert von bis zu 350 Euro erwerben. Spezielle in das Gebäude integrierte Räume stehen für Events, Empfänge und Konferenzen zur Verfügung und können somit von externen Unternehmen gemietet werden.¹¹⁹

Wie die verblüffenden Leistungen der Athleten und die besondere Atmosphäre der Paralympics zu verstehen sind, zeigt die Sonderausstellung „Passion for Paralympics“, die seit dem 17. April 2012 von Glasgow über Manchester nach London wandert. Besucher erhalten Informationen und haben die Möglichkeit, selbst aktiv zu werden. So können Gäste der Ausstellung einige Produkte erproben. Ottobock kooperierte hier mit dem Internationalen Paralympic Committee (IPC). *„Wir wollen mit dieser Ausstellung die Leidenschaft Paralympics im Land weiter verbreiten“*, so Sir Philip Craven, IPC Präsident.^{120 121}

Ottobock stellt Interessenten, die mehr über das Ereignis erfahren wollen, Informationen auf der eigenen Homepage unter der Kategorie „Ausstellung“ zur Verfügung. So können Besucher neben den Öffnungszeiten und einem Routenplaner, den aktuellen Standort des Events und dessen Wanderung verfolgen. „Fotobox“ ermöglicht den Gästen der Wanderausstellung Bilder vor Ort aufzunehmen, diese in das digitale Fotoalbum zuladen und somit die Möglichkeit einen von Ottobock gesponserten Preis zu gewinnen. Zusätzlich erhalten Online-User weltweit Einblick in die Londoner-Ausstellung aus der Sicht des Besuchers.¹²²

¹¹⁹ Science Center Medizintechnik Berlin. Begreifen was uns bewegt. URL: <http://www.sciencecenter-medizintechnik.de/>. Abrufdatum: 12.07.2012

¹²⁰ Ottobock: Paralympics are coming home. URL: http://www.ottobock.de/cps/rde/xchg/ob_de_de/hs.xsl/47235.html. Stand: 13.07.2012

¹²¹ Interview mit Herrn Karsten Ley, Leitung der Unternehmenskommunikation Ottobock. Abrufdatum: 15.06.2012

¹²² Ottobock: Leidenschaft für Paralympics. Ausstellung. URL: <http://passion.ottobock.com/de/ausstellung/>. Abrufdatum: 17.07.2012

In einer Kooperation mit dem Deutschen Behindertensportverband ehrt Ottobock jährlich Athleten in den Kategorien „Behindertensportler“, „Behindertensportlerin“ und „Team“. 2011 ging die von Ottobock präsentierte Auszeichnung „Behindertensportler des Jahres“, nach einer Abstimmung per Internet, die vom „ZDF-Morgenmagazin“ begleitet wurde, an Gerd Schönfeld, der in seiner aktiven Laufbahn 22 Medaillen, darunter 16 Goldene gewann, Anna Katharina Schaffelhuber, die bei der Weltmeisterschaft in Italien Gold holte und an die Rollstuhlbasketball-Nationalmannschaft der Frauen. Nutzer der Homepage „dbs-npc.de“, „kicker.de“, „zdfsport.de“ und „sportschau.de“ konnten zwei Wochen lang per Mausklick entscheiden, wer zu den drei Erstnominierten je Kategorie gehört. Insgesamt folgten 300 Gäste der Einladung zur öffentlichen Preisverleihung, darunter Spitzenpolitiker, Vertreter der Wirtschaft und der Medien, Partner und zahlreiche Sportler. Noch ein Jahr später sind zahlreiche Artikel auf Online-Plattformen wie der „Tagesspiegel“, „taz.de“ und natürlich Ottobock zu finden.¹²³¹²⁴¹²⁵ Das „ZDF“ stellte sogar die dazugehörige Sendung online, die allerdings noch nicht einmal eine Minute umfasst.¹²⁶

¹²³ Behindertensportler des Jahres geehrt. In: Tagesspiegel. 11.11.2008. URL: <http://www.tagesspiegel.de/sport/benefiz-gala-behindertensportler-des-jahres-geehrt/1368816.html>. Abrufdatum: 17.07.2012

¹²⁴ Rohlfing, Susanne: Behindertensportler des Jahres. Ein Opfer für ein anderes Leben. In: taz.de URL: <http://www.taz.de/!82662/>. Abrufdatum: 17.07.2012

¹²⁵ Ottobock: Aktuelles. Sportler ehren Sportler des Jahres. 30.11.2012 URL: http://www.ottobock.de/cps/rde/xchg/ob_de_de/hs.xsl/44511.html. Abrufdatum: 17.07.2012

¹²⁶ ZDF Mediathek: Sendungen A_Z. URL: <http://www.zdf.de/ZDFmediathek/beitrag/video/1503312/Die-Behindertensportler-des-Jahres-2011>. Abrufdatum: 17.07.2012

8.4.3 Digitale Medien - „Youtube“

Herr Carsten Ley betonte im Interview, Ottobock nutze digitale Medien wie „Youtube“ als wichtige Innovation bei der PR-Arbeit.¹²⁷ Digitale Medien werden von Internetnutzern täglich gebraucht und haben einen Großteil des Marktes übernommen.

Ottobock folgt diesem Trend und veröffentlicht unter der Eingabe „Ottobock“, Mitschnitte von Interviews, Events und Messen oder auch Produktvorstellungen. Das Unternehmen wolle die positiven Aspekte der digitalen Medien wie Flexibilität und Schnelligkeit gebrauchen. So könnten Kunden zum Beispiel wenige Minuten nach Veröffentlichung einer Pressemeldung online darauf zu greifen.¹²⁸ Der Großteil der hier veröffentlichten Videos erwecken jedoch durch schlechte Ton- und Bildqualitäten den Eindruck einer eher amateurhaften Darstellung und Aufnahme. Insgesamt sechs Videos, alleine auf der ersten Seite, sind älter als ein Jahr.¹²⁹ Die oft unverständlichen Titel und Beschreibungen der Beiträge wie beispielsweise das Video „Otto Bock- C 2000“ lassen nur schwer erahnen welche Informationen und Ereignisse vorgestellt werden.¹³⁰ Aussagekräftige Inhaltsbeschreibungen und Titel sind aber von großer Bedeutung. Sie unterstützen die Auffindbarkeit in den Suchmaschinen. Ein Imagefilm, der das Unternehmen Ottobock, seine Aktivitäten, die Verbindung zum Behindertensport und den Paralympics, sowie die Zusammenarbeit mit Athleten im Genauen vorstellt, ist in dieser Rubrik nicht auffindbar.¹³¹ Eine Anpassung der Videos an das Corporate Design des Unternehmens zur Erhöhung des Wiedererkennungswertes ist nicht zu erkennen. Im Gegenteil: die auf der Startseite eingebildeten Bilder der jeweiligen Videos erscheinen willkürlich ausgewählt. Um welches Unternehmen es sich handelt, ist somit nicht erkennbar.

¹²⁷ Interview mit Herrn Karsten Ley, Leitung der Unternehmenskommunikation Ottobock. 15.06.2012

¹²⁸ Interview mit Herrn Karsten Ley, Leitung der Unternehmenskommunikation Ottobock. 15.06.2012

¹²⁹ Youtube: Rubrik Ottobock. URL:

http://www.youtube.com/results?search_query=ottobock&oq=ottobock&gs_l=youtube.3..0j0i10.169.1222.0.1613.8.8.0.0.0.0.282.759.2j2j1.5.0...0.0...1ac.yqOlhZZw8fs. Abrufdatum: 17.07.2012

¹³⁰ Ottobock: Otto Bock- C2000. URL: <http://www.youtube.com/watch?v=rdNGS9zz8T8>. Abrufdatum: 17.07.2012

¹³¹ Youtube: Rubrik Ottobock. URL: http://www.youtube.com/results?search_query=ottobock&page=1. Abrufdatum: 17.07.2012

So ist es kaum wunderlich, dass 90 Prozent aller Videobeiträge, die unter der Kategorie „Ottobock“ dargestellt werden, weniger als 2.000 Mal aufgerufen wurden und höchstens drei Kommentare von „Youtube“-Besuchern aufweisen.¹³² So erreichte auch das Video „Qualität fürs Leben mit Rollstühlen von Ottobock Königssee“ innerhalb von zwei Jahren gerade mal 3.260 Aufrufe, 3 positive Bewertungen und wurde bislang nicht kommentiert.¹³³ Die Möglichkeit, Beiträge zu kommentieren wurde im Video „Bettina Wulff-Repräsentantin Otto Bock HealthCare GmbH“ sogar von Ottobock deaktiviert.¹³⁴ Doch ist es nicht gerade Sinn und Zweck solcher digitalen Plattformen, dass Unternehmen wie Ottobock ihre Zielgruppen direkt erreichen können und diese die Möglichkeit besitzen, ein direktes, ungefiltertes ein Feedback zu geben? Die über „YouTube“ veröffentlichten Videos sollten sowohl Medienmittler als auch Kunden und Interessenten direkt ansprechen und sie stets mit aktuellen Videos auf dem Laufenden halten.

Doch an einem Beispiel zeigt Ottobock, wie solche Kommunikationsmittel innovativ genutzt werden können. Das Video „Ottobock“, ein Spot über die Paralympics 2012 in London, wird den heutigen Ansprüchen an die professionelle Aufbereitung solcher Werbefilme gerecht.¹³⁵ Durch eingestreute, strukturiende Slogans wie „Behind every athlete is a dream. Behind every dream is a challenge. Behind every Challenge is the will to win.“, der emotionalen Inszenierung der Londoner Sportstätten, der paralympischen Athleten und deren Sportarten, wird von Beginn an Spannung aufgebaut. Ein Hauch von Paralympischer Atmosphäre kommt auf. Wahrscheinlich gerade deshalb wurde das Video innerhalb von drei Monaten 11.307 Mal aufgerufen und unter der Kategorie „angesagtes Video“ veröffentlicht.¹³⁶

¹³² Youtube: Merkel bei Ottobock. 14.06.2008. URL: <http://www.youtube.com/watch?v=xZfj62JFWY>. Abrufdatum: 17.07.2012

¹³³ Youtube: Ottobock. Qualität fürs Leben mit Rollstühlen von Ottobock Königssee. URL: www.youtube.com/watch?v=2Zvhzazh5vg. Abrufdatum: 17.07.2012

¹³⁴ Youtube: Bettina Wulff Repräsentantin Ottobock Health Care GmbH. URL: http://www.youtube.com/watch?v=ujdFZDV_PMI. Abrufdatum: 17.07.2012

¹³⁵ Youtube: Ottobock- Kanal. Paralympics London 2012. 04.07.2012. URL: http://www.youtube.com/user/ottobock?feature=results_main. Abrufdatum: 17.07.2012

¹³⁶ Youtube: Ottobock- Kanal. Paralympics London 2012. 04.07.2012. URL: http://www.youtube.com/user/ottobock?feature=results_main. Abrufdatum: 17.07.2012

Durch Klick auf das entsprechende Video erreicht man den eigens konzipierten „Ottobock-Kanal“ auf „Youtube“. Andere Möglichkeiten diesen Teilbereich zu erreichen scheinen nicht gegeben. 124 „Youtube“-User abonnierten diesen Kanal und rund 50.624 Videos wurden aufgerufen. Neben kurzen Informationen zur Unternehmensgruppe und deren Verbindungen zu den Paralympics werden Daten wie letzte Aktivitäten Ottobocks, Mitgliedsdatum, Alter, Land und Verweise auf die aktuelle Homepage angezeigt.¹³⁷ Weiterhin können User unter der Kategorie „Videos“ weitere hochgeladene Videos nutzen und diese nach „größter Beliebtheit“, „älteste- neueste“, „neueste – älteste“ in einer Filterfunktion entsprechend filtern. Alle Videos auf diesem Kanal wurden nur in englischer Sprache veröffentlicht.¹³⁸

¹³⁷ Youtube: Ottobock- Kanal. Paralympics London 2012. 04.07.2012. URL:

http://www.youtube.com/user/ottobock?feature=results_main. Abrufdatum: 17.07.2012

¹³⁸ Youtube: Ottobock- Kanal. Videos. URL: <http://www.youtube.com/user/ottobock/videos>. Abrufdatum: 17.07.2012

8.4.4 Social Media

Ottobock verwendet Social Media als festen Bestandteil der Unternehmenskommunikation und versucht so die Chancen zu nutzen, die beispielsweise eine Präsenz auf „Facebook“ erbringen kann. Das Konzept steckt aber noch in den Kinderschuhen. Ottobock richtete für Länder wie Indien, Mexiko oder Australien bereits Unternehmensprofile auf "Facebook" ein. Sie sollen Marken- und Produktinformationen verbreiten und mit Kunden in einen direkten Dialog treten. Hier werden in erster Linie Beiträge und Bilder zum Paralympischen Engagement, zu Events und Messen gepostet. Aber auch private Fotoalben wie beispielsweise „Christmas 2011“ oder „St. Paddy's Day“ auf der Ottobock Australia Seite lassen hinter die Kulissen blicken und Einblicke in das interne Firmenleben gewinnen.¹³⁹ Statusmeldungen aus anderen Ländern und von Athleten wie Heinrich Popow werden geteilt, so dass Besucher auf weltweite Informationen und Statusmeldungen zugreifen können.¹⁴⁰ Auffällig ist jedoch, dass es sich im Gegensatz zu Ottobock India, bei Ottobock Australia und Mexiko nicht um eine übliche Fan-Seite handelt, auf der Interessenten und Fans durch einen Klick auf „Gefällt mir“ Statusnachrichten mitverfolgen können. Erst durch eine Freundschaftsanfrage und deren Bestätigung durch das Unternehmen sind alle aktuellen News auf Ottobock Australia und Mexiko sichtbar.¹⁴¹ Zurzeit ist Ottobock Australia mit 329 Facebook-Usern befreundet, Ottobock Mexiko lediglich mit 245.^{142 143} Ottobock India folgen immerhin 426 Besucher, 108 sprechen darüber.¹⁴⁴

¹³⁹ Facebook: Ottobock Australia. Foto. URL: <https://www.facebook.com/ottobockaussie/photos>. Abrufdatum: 17.07.2012

¹⁴⁰ Facebook: Ottobock Australia. URL: <https://www.facebook.com/ottobockaussie>. Abrufdatum: 17.07.2012

¹⁴¹ Facebook: Ottobock Australia. URL: <https://www.facebook.com/ottobockaussie>. Abrufdatum: 17.07.2012

¹⁴² Facebook: Ottobock Australia. Freunde. URL: https://www.facebook.com/ottobockaussie/friends?ft_ref=mni. Abrufdatum: 17.07.2012

¹⁴³ Facebook: Ottobock Mexiko. Freunde. URL: www.facebook.com/ottobock.centroamericacaribe/friends?ft_ref=mni. Stand: 17.06.2012

¹⁴⁴ Facebook: Ottobock India Fanseite. Likes. URL: <https://www.facebook.com/ottobockindia/likes>. Abrufdatum: 17.07.2012

Ein einheitliches Corporate Design des Unternehmens zur Erhöhung des Wiedererkennungswertes findet sich weder in den Seiteninhalten noch in der Gestaltung. Die vorhandenen Unternehmensprofile für verschiedene Länder, verbunden mit einem übergreifenden Netzwerk samt einer Vielfalt an Informationen, sind ein erster positiver Schritt in die Welt der neuen Medien. Doch wieso wird dem Standort Deutschland keinerlei Beachtung geschenkt, obwohl doch Duderstadt den Hauptsitz der Unternehmensgruppe darstellt? Unter der Eingabe „Ottobock“ erscheint lediglich ein "Wikipedia"-Artikel auf „Facebook“, der in drei Absätzen über die Unternehmensorganisation informieren soll. Themen wie die Paralympischen Spiele, Förderung des Behindertensports und der Athleten werden hier mit keinem Wort erwähnt. Insgesamt 2.052 "Facebook"-Nutzern gefällt die Organisation Ottobock, 22 sprechen darüber.¹⁴⁵

Herr Carsten Ley erklärt im Interview weiterhin, wie wichtig die Gestaltung von sogenannten Fan-Seiten sei. So könnten Fans und Anhänger über paralympische Spitzensportler wie Heinrich Popow oder Kelly Cartwright, deren Aktivitäten und die Zusammenarbeit mit Ottobock auf dem Laufenden gehalten werden. Bei genauerer Recherche existieren diese jedoch bereits unter dem jeweiligen Namen der Athleten. Ottobock als offizieller Sponsor tritt hier nicht in Erscheinung, im Gegenteil alle Informationen und News werden von den Athleten selbst veröffentlicht.^{146 147}

Ottobock twittert auch unter dem Usernamen „ottobockde“ seit Mai 2011 aktuell Wissenswertes in enger Vernetzung mit der Firmenhomepage. Als Gastgeber der Paralympics 2012 in London wird hier unter „ottobockuk“ täglich zum Thema Behindertensport getwittert. Im Fokus der Berichte stehen vor allem die Sommerspiele selbst, sämtliche Events und Veranstaltungen und die Förderung des Paralympischen Sports.

¹⁴⁵ Facebook: Ottobock. Organisation. URL: <https://www.facebook.com/pages/Ottobock/104099099625538>. Abrufdatum: 18.07.2012

¹⁴⁶ Facebook: Heinrich Popow, Fanseite. URL: <https://www.facebook.com/heinrichpopow>. Abrufdatum: 17.07.2012

¹⁴⁷ Facebook: Kelly Cartwright. Fanseite. URL: <https://www.facebook.com/KellyCartwrightAUS>. Abrufdatum: 17.07.2012

Trotz Präsenz auf diversen Plattformen muss seitens der Firma, noch viel im Bereich neue Medien getan werden. Auch Herr Carsten Ley, Leitung der Unternehmenskommunikation, sieht auf diversen Plattformen noch Potential nach oben.¹⁴⁸ Social Media bietet Unternehmen wie Ottobock die Möglichkeit nützliches Feedback einzuholen, um somit Produkte sukzessive verbessern zu können. Auch die interne Kommunikation wird durch Social Media bereichert - Mitarbeiter werden so auf dem Laufenden gehalten und erhalten die Chance, ihre Gedanken im direkten Feedback zum Ausdruck zu bringen. Neben der Gewinnung von Neukunden steigert der Schritt zum Social Web den Bekanntheitsgrad und kurbelt so den Umsatz an. Grund dafür ist die weitläufige Vernetzung der User. So will das Unternehmen zukünftig noch mehr auf den Kommunikationskanal Social Media bauen, und mehr Ressourcen in den neuen Marketingbereich investieren.¹⁴⁹

¹⁴⁸ Interview mit Herrn Karsten Ley, Leitung der Unternehmenskommunikation Ottobock. 15.06.2012

¹⁴⁹ Interview mit Herrn Karsten Ley, Leitung der Unternehmenskommunikation Ottobock. 15.06.2012

8.5 Grenzen der Öffentlichkeitsarbeit

Trotz der Tatsache, dass die Unternehmensgruppe Ottobock laut Herrn Ley einen dicken Pluspunkt durch die Förderung einer Randgruppe in der Öffentlichkeit erzielt und somit den Vorteil besitze, nach außen ein sauberes Image zu tragen, gibt es innerhalb der dargestellten Kommunikationsstrategie viele Grenzen und Schwächen, die Überarbeitungen und Ergänzungen auf seitens des Unternehmens verlangen.

Zwar soll zukünftig der Mensch in der Unternehmenskommunikation in den Mittelpunkt gerückt werden, jedoch darf das Leid des Einzelnen nicht missbraucht werden:

„Die Geschichten, die Menschen mit Einschränkungen oftmals mit sich tragen, reichen von Scheidung bis hin zu Selbstmordgedanken. Wir, als offizieller Sponsor der Paralympics und Förderer des Behindertensports, dürfen solche Schicksalsschläge nicht ausschachten nur um Aufmerksamkeit zu bekommen“, so Herr Karsten Ley.¹⁵⁰

Mit der bereits bestehenden Zusammenarbeit mit Athleten lässt Ottobock positive Attributen wie Erfolg, Fitness, Siege und Höchstleistungen trotz körperlicher Einschränkung in bereits bestehende Kommunikationsstrategien einfließen um Zuschauer so emotional an den Sport und somit auch an das Unternehmen und seine Produkte zu binden. Dennoch darf Ottobock in allen Werbestrategien das „Arzneimittelwerbegesetz“ nie außer Acht lassen. Die Vorschriften zur Werbung für Arzneimittel sind in der Rechtsordnung sehr restriktiv und verbieten alles, was den Verbraucher von einer objektiven Beurteilung des Mittels abbringen könnte. So darf auf keinen Fall ein nicht der Realität entsprechendes Gesamtbild durch missverständliche, falsche oder mehrdeutige Aussagen entstehen.

¹⁵⁰ Interview mit Herrn Karsten Ley, Leitung der Unternehmenskommunikation Ottobock. 15.06.2012

Trotz einiger Stolpersteine im Bereich Öffentlichkeitsarbeit engagiert sich Ottobock auch zukünftig für die Förderung des Behindertensports. Menschen mit Einschränkungen kann mittels Teilnahm an sportlichen Wettkämpfen eine wichtige Anschlussmöglichkeit an das nicht behinderte gesellschaftliche Leben gegeben werden. Um jedoch die Aufmerksamkeit der Öffentlich zu gewinnen, ist der Behindertensport im hohen Maße auf die massenmediale Berichterstattung angewiesen. Ein Fünftel der Weltbevölkerung nutzt beispielsweise das „World Wide Web“. Allein in Deutschland werden mehr als 42 Millionen Internetnutzer und -nutzerinnen gezählt.¹⁵¹ Gerade die Welt der neuen Medien bietet privaten Unternehmen wie Ottobock eine Vielzahl an Möglichkeiten die bereits bestehenden Kommunikationsstrategien, die noch in den Kinderschuhen stecken, auf- und auszubauen um somit das Thema Behindertensport noch effektiver in der Öffentlichkeit kommunizieren zu können. Die Analyse, der im Kapitel 8.4 vorgestellten Kommunikationsmittel auf Seite 57, zeigte vor allem begrenzte Ergebnisse der Öffentlichkeitsarbeit im Bereich des Möglichen. Das Potential von Social Media scheint noch lange nicht ausgeschöpft. Zwar zeigt Ottobock Präsenz auf diversen Plattformen, doch durch die Veröffentlichung unprofessioneller Videobeiträgen, schwerzugänglicher Unternehmensprofile, die wenig bis gar keine Informationen enthalten, erscheint es nicht verwunderlich, dass Ottobock nicht gerade hohe Klickzahlen auf „Youtube“ oder zahlreiche Freundschaften bei „Facebook“ erzielen kann. Wieso existiert kein Unternehmensprofil für Deutschland, obwohl doch Duderstadt den Firmensitz darstellt? Mit einem „Wikipedia“-Artikel von drei Absätzen werden sich die Wenigsten zufrieden geben. Der Reiz, die Seite durch ein „Gefällt mir“ zu unterstützen, scheint hier nicht gegeben. Lediglich 22 User sprechen über die Organisation Ottobock auf Facebook.¹⁵² Ein durchgängig einheitliches visuelles Erscheinungsbild des Unternehmens auf allen Plattformen ist nicht zu erkennen. Doch ist es nicht gerade heutzutage wichtig, dass ein Unternehmen unter der ganzen Masse von Information und Anbietern einen hohen Wiedererkennungswert hat? Andere Beispiele zeigen welche Möglichkeiten Social Media bieten kann.

¹⁵¹ Bundeszentrale für politische Bildung: Neue Medien-Internet-Kommunikation. URL: <http://www.bpb.de/shop/zeitschriften/apuz/30956/neue-medien-internet-kommunikation>. Abrufdatum: 18.07.2012

¹⁵² Facebook: Ottobock. Organisation. URL: <https://www.facebook.com/pages/Ottobock/104099099625538>. Abrufdatum: 18.07.2012

So postet Heinrich Popow, paralympischer Leichtathlet, fast täglich Fotos und Statusmeldungen über aktuelle Trainingseinheiten, Vorbereitungen für die Paralympischen Spiele 2012, Events und Veranstaltungen und konnte somit bereits 839 „Facebook“- Nutzer für sich gewinnen. 309 sprechen sogar in ihren „Facebook“- Meldungen über ihn.¹⁵³ So heißt es beispielsweise:

„Heinrich Popow: Der Junge ist absolut klasse. Der braucht noch ein paar mehr Fans...und dann sind wir irgendwie alle ganz stolz, wenn er in London bei den Paralympics GOLD holt“¹⁵⁴

Unternehmen, wie der Sportartikelhersteller und offizielle Sponsor der Olympischen Spiele 2012 „Adidas“ zeigen, welche Dimensionen Social Media als Kommunikationsstrategie im Bereich Öffentlichkeitsarbeit annehmen kann. Allein unter der Eingabe des Begriffs „Adidas“ erscheinen auf „Facebook“ acht Kategorien von „Adidas Skateboarding“, über „Adidas Sportware“ bis hin zum eigentlichen Unternehmen. Dem Unternehmensprofil Adidas Originals folgen insgesamt 15.052.127 „Facebook“-Nutzer, 174.029 sprechen darüber.¹⁵⁵ Den auf „Youtube“ konzipierten „Adidas“-Kanal abonnierten bereits 24.498 User, auf dem insgesamt 24.582.417 Videos aufgerufen wurden.¹⁵⁶

Der jetzige Zustand der Unternehmensprofile und die Qualität der Videos von Ottobock auf „Youtube“ und „Facebook“, wird wohl kaum dazu beitragen, wertvolles Feedback zu gewinnen, um somit Produkte sukzessive verbessern zu können. Das passt bisher nicht zu dem proklamierten Ziel des Unternehmens, Schwerpunkte bei den neuen Medien zu setzen:

¹⁵³ Facebook: Heinrich Popow. Gefällt mir –Angaben. URL:

<https://www.facebook.com/heinrichpopow/likes>. Abrufdatum: 18.07.2012

¹⁵⁴ Facebook: Heinrich Popow. Nutzerbeiträge. URL: <https://www.facebook.com/heinrichpopow>. Abrufdatum: 18.07.2012

¹⁵⁵ Facebook: Adidas Originals. Fanseite. URL: <https://www.facebook.com/adidasoriginals>. Abrufdatum: 18.07.2012

¹⁵⁶ Youtube: Adidas- Kanal. URL: <http://www.youtube.com/user/adidas/videos>. Abrufdatum: 18.07.2012

„Herr Karsten Ley: Wie schätzen sie die zukünftige PR-Arbeit ein? Wo müssen Verbesserungen getroffen werden? Und welche Rolle wird der Behindertensport in den Medien spielen?

Ottobock, als modernes Unternehmen will ganz klar den Augenmerk auf den Bereich neue Medien/Social Media legen. Mit Sportlerprofilen und einem Ausbau der Unternehmensseiten wollen wir uns auf dem Internetmarkt etablieren und somit neue Zielgruppen gewinnen. Auf die Frage Zukunft des Behindertensports in den Medien kann ich nur mit einem Beispiel antworten: Während über die Paralympics in Seoul nur eine zehnminütige Ausstrahlung im dritten Programm erfolgte, berichtete das ZDF über die Paralympics in Peking ganze 80 Stunden. Es ist eindeutig ein positiver Wandel zu erkennen.“¹⁵⁷

Neben neuen Medien tauchen aber auch Schwächen in anderen Kommunikationsstrategien auf. Service und Dienstleistung werden laut Ottobock zukünftig eine immer stärkere Rolle spielen.¹⁵⁸ Gerade der Online-Shop weist erhebliche Mängel auf. Ein regelrecht zergliederter Aufbau, sowie zahlreiche Auswahlmöglichkeiten, komplizierte Fachbegriffe, fehlende Informationen und mehrere Zugangskonten tragen nicht gerade zur Benutzerfreundlichkeit des Shops bei. Doch gerade die Benutzerfreundlichkeit in Online Shops steigert signifikant den Umsatz.

Neben der Förderung des Behindertensports und der Paralympischen Bewegung stehen Strategien wie die internationale Präsentation des eigenen Unternehmens, Steigerung des Bekanntheitsgrades und die Vermarktung der eigenen Produkte, im Fokus der Öffentlichkeitsarbeit solcher privaten Unternehmen wie Ottobock.

Im Gegensatz zu Behindertensportverbänden, denen es hauptsächlich in ihrer Öffentlichkeitsarbeit um die Förderung des Sportes und der Athleten geht, müssen Werbebotschaften von Ottobock so verpackt werden, dass eigene Sponsoringbotschaften und Ziele kommuniziert werden können. Das Image des Sportes, der oft beeindruckenden und motivierenden Leistungen der Behinderten und die Massenmedien als Multiplikator werden so für eigene Unterneh-

¹⁵⁷ Interview mit Herrn Karsten Ley, Leitung der Unternehmenskommunikation Ottobock. 15.06.2012

¹⁵⁸ Ottobock: Ottobock weltweit- Ottobock heute. URL:

http://www.ottobock.de/cps/rde/xchg/ob_de_de/hs.xsl/697.html. Abrufdatum: 01.07.2012

menszwecke genutzt. Das Bild des verantwortungsbewusster Förderer soll ausgebaut werden. Daraus ergibt sich eine ambivalente Situation: Was dem Unternehmen nützt, muss nicht per se auch dem Behindertensport nutzen. Das Spannungsfeld zwischen Sportereignis und Vermarktungsinteresse kann leicht auch eine negative Wirkung zulasten des Sports und der Athleten entfalten. Das zu vermeiden, erfordert Professionalität auf Seiten der Verbände im Umgang mit den Sponsoren, Fingerspitzengefühl und Verantwortungsbewusstsein bei den Unternehmen. Nur dann kann die Kommunikationspower von privaten Unternehmen einen zusätzlichen Beitrag zur Förderung des Behindertensports leisten.

9 Zusammenfassung und Optimierungsvorschläge

Im Vordergrund des folgenden Bildes stehen zwei Athletinnen beim gemeinsamen Schwimmtraining, im Hintergrund ein Hallenschwimmbad.

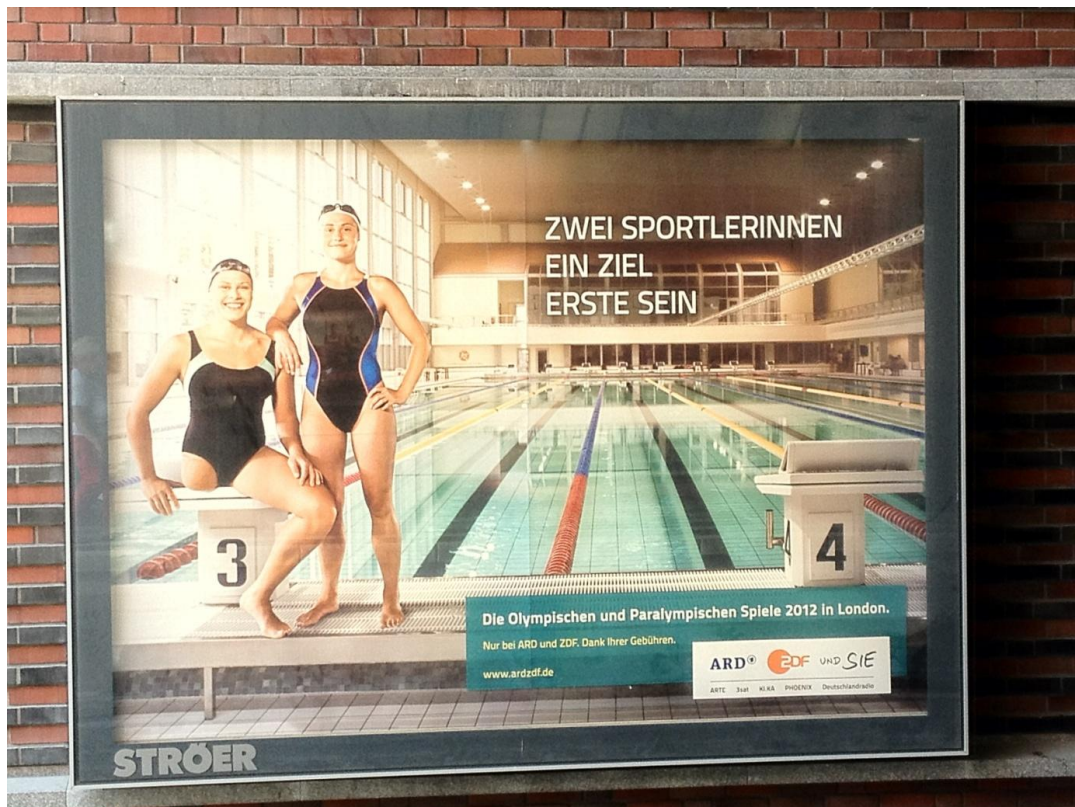


Abbildung 12: „ARD“ und „ZDF“ Neue Olympia Kampagne.¹⁵⁹

Erst auf den zweiten Blick erkennt der Betrachter, dass eine Athletin mit Behinderung beteiligt ist. „Zwei Sportlerinnen, ein Ziel, Erste sein!“, heißt es in der vom „ZDF“ und „ARD“ gestarteten Kampagne im Rahmen der Olympischen und Paralympischen Spiele. Deutlich wird, dass es sich bei den Paralympischen Spielen um ein eigenständiges Spitzensportereignis handelt und um keinen Nachtrag zu den Olympischen Spielen. Zwei durch den Sport verbundene Athletinnen, die beide alles für ihre sportlichen Ziele geben. Mit der Kampagne soll endlich Interesse auf gesellschaftlicher Seite geweckt werden.

¹⁵⁹ Fotoaufnahme am Bahnhof Gesundbrunnen in Berlin

Denn der Sport an sich und seine Sportler können nur durch den medialen Effekt mittels öffentlich wahrnehmbarem Beleg der körperlichen Leistungsfähigkeit, Unterstützung erhalten und einen Beitrag dazu leisten, Diffamierung und Ausgrenzung behinderter Menschen zu verhindern und diese besser in unsere Gesellschaft zu integrieren. Doch trotz Höchstleistungen und einer Vielzahl an nationalen und internationalen Ereignissen wird dem Behindertensport bislang eine wenig befriedigende mediale Aufmerksamkeit geschenkt.

Der herkömmliche Spitzensport, wie er täglich im Fernsehen gezeigt wird, steht zunehmend unter Konkurrenz, weil andere, bisher weniger präsente Sportarten in den Markt drängen. So verfolgten zum Beispiel insgesamt 15,56 Millionen Zuschauer (MA 14 – 49: 69,8 %) den Sieg von Wladimir Klitschko gegen David Haye in einem Titelvereinigungskampf auf „RTL“. - Die bislang höchste Einschaltquote bei einem Boxkampf, deshalb wurde die Übertragung mit dem Deutschen Fernsehpreis als beste Sportsendung ausgezeichnet. Das Duell brachte 25 Millionen Euro an TV-Geldern und Ticket-Erlösen.¹⁶⁰

Folglich haben sich im Mediensport verschiedene Differenzierungsstrategien entwickelt, die die Unterhaltungsfunktion des Sports betonen sollen. Ästhetische und emotionale Zusatzinformationen sollen den Zuschauer an das jeweilige Sportangebot binden. Durch Ästhetisierungsstrategien wie der bewussten medialen Inszenierung von Aggression und Erotik können sich Sportler gegenüber anderen Konkurrenten erfolgreich abheben, sodass sie den Rezipienten und damit den Medien einen Mehrwert bieten.

Diese Strategien sind in der medialen Aufbereitung des Behindertensports nur schwer anzuwenden. Die zunehmende Fixierung des Mediensports auf eine Kombination von Unterhaltung, Emotion und Ästhetik ist insofern problematisch, da diese Auswirkungen auf das Selektionsverhalten von Sportjournalisten haben kann. Deshalb ist es für den Behindertensport und seinen Funktionären umso wichtiger, weiterhin durch Leistung und Erfolge für eine stärkere Präsenz in den Medien zu kämpfen.

¹⁶⁰ RTL: Zuschauermarkt. Erfolgreiches Jahr 2011. URL:
http://kommunikation.rtl.de/de/pub/unternehmen/i198_1.cfm. Abrufdatum: 13.07.2012

Es gilt einen bewussten Umgang mit den Hindernissen der medialen Rezeption zu entwickeln und eigene Strategien zu ihrer Überwindung zu entwickeln, insbesondere durch spezifische emotionale Zugangs- und Anknüpfungsmöglichkeiten für die breite Öffentlichkeit. Möglichkeiten bestehen hier insbesondere in der Überwindung von Einschränkungen, durch Willen, Leistung und technischen Fertigkeiten, die Erbringung von Spitzenleistungen trotz Handicaps und durch die Faszination von Medizintechnik zum Ausgleich der Behinderung in Kombination mit der Personalisierung des Behindertensports bei den Spitzenathleten.

Zentrale Kundengruppen, die im Rahmen einer medialen Öffentlichkeit eine Rolle spielen dürfen dabei nicht außer Acht gelassen werden. Dazu zählen ganz klar die Medienvertreter, wichtige Persönlichkeiten und Institutionen, wie Politiker und Sponsoren und die allgemeine Öffentlichkeit, sprich Zuschauer. Betrachtet man zunächst die allgemeine Öffentlichkeit, gegliedert in Zuschauer, die Ereignisse medial verfolgen und denjenigen, die oftmals viele Kilometer auf sich nehmen um Wettkämpfe und Sportereignisse vor Ort besuchen zu können, so steht ein Aspekt im Vordergrund - die emotionale Bindung zum Sport. Aufgabe ist es hier, die Kommunikation aufrecht zu halten, den positiven Eindruck, der meist schon gewonnen wurde, weiter zu vertiefen und dem Publikum mehr Wissen, mehr Konsumkapital über den Behindertensport, seine Athleten und Reglements zu verschaffen. Dies erfordert letztendlich eine stärkere Professionalisierung in der Vermarktung des Behindertensports.

Die wichtigste Gruppe stellen die Medien dar. Über sie erhält eine Sportart den Zugang zu Millionen von Menschen. Um auf sozialer Ebene einen Gewinn zu erzielen und die Integration von Menschen mit Handicap fördern zu können, reicht die mediale Präsenz von Sportlern mit Behinderung allein nicht aus. Stattdessen muss auch die Art und Weise der Berichterstattung hinterfragt werden. Für den Behindertensport ist es deshalb wichtig, dass die Informationen, die an diese Teilöffentlichkeit herangetragen werden sollen, verständlich, spannend und umfassend sind - denn was nützt die schönste Information, wenn diese im Papierkorb der Redaktion landet? Wer in der Flut der Angebote durchkommen will, muss Interesse wecken. Eine direkte Ansprache durch beispielsweise Informations- und Aufklärungskampagnen kann eine Veränderung von Verhaltensweisen und Einstellungen gegenüber Menschen mit Behinderung erreichen. Ziel ist es also, die Wertvorstellung der Journalisten zu modifizieren und Behindertensport als Thema zu kommunizieren, so dass dieser zum Pflichtteil der Sportberichterstattung gehört.

Um beispielsweise die Übertragung der Paralympics für die Medien noch interessanter zu machen, muss an einer Angleichung der Infrastruktur an ein vergleichbares Niveau zu den Olympischen Spielen gearbeitet werden. An noch bestehenden Defiziten muss im Dialog zwischen International Olympic Committee, Internationalen Paralympischen Committee und den internationalen Medien weiter gearbeitet werden.

Zuschauer und die Medien, die in ihrer Handlungslogik in erster Linie wirtschaftlichen Zwängen folgen, können nicht allein für den Zustand des medialen Desinteresses verantwortlich gemacht werden. Ein weiteres Problem sind strukturelle Probleme der Elitenförderung in den Verbänden. Die Vielzahl der Schadensklassen im Bereich des Behindertensports stellen eine Herausforderung für den Laien dar, einen Überblick zu behalten. Auch paralympische Spitzensportler wie Heinrich Popow sehen Defizite im bestehenden System. Sie wollen den sportlichen Vergleich, egal unter welchen Voraussetzungen. Dabei spielen die Unterscheidung in Klassen, aufgrund verschiedener körperlicher Einschränkungen, keine Rolle. Im Gegenteil es sollte nach Meinung Popows ein Versuch gestartet werden, den Behindertensport in das bestehende Sportsystem einzugliedern.¹⁶¹ So könnten an den Strukturen des Nichtbehindertensports angeknüpft werden, um so die gesellschaftliche Akzeptanz behinderter Athleten zu fördern und sie nicht von Sportlern ohne Handicap zu trennen. Denn bislang gilt: steigt erst einmal die gesellschaftliche Akzeptanz, richtet sich auch das Interesse von Medienvertretern, Sponsoren auf die Randsportart. Weiterhin sollten Verbände nach Meinung Heinrich Popows ihren Fokus nicht nur auf den Sport selbst legen, vielmehr sollte der Leistungsgedanken der Sportler bei allen Förderungsstrategien im Vordergrund stehen.¹⁶²

Selbst der DBS sieht die Arbeit seiner Landesverbände kritisch, was die Förderung des für die Medien am ehesten attraktiven Leistungssports von Menschen mit Behinderung anbelangt. Zu viele Landesverbände sehen ihre Zuständigkeit weiterhin ausschließlich in der Organisation und Verwaltung des Breiten- und Rehabilitationssports. Diese Situation steht in krassem Widerspruch zur Bedeutung des Leistungssports in der Öffentlichkeit. Behindertensport wird in den

¹⁶¹ Interview mit Heinrich Popow, körperbehinderter Leichtathlet. 04.07.2012

¹⁶² Interview mit Heinrich Popow, körperbehinderter Leichtathlet. 04.07.2012

Medien weitgehend mit den Erfolgen bei internationalen Veranstaltungen und hier vorrangig bei den Paralympics gleichgesetzt. Eine bewusst einheitlich gesetzte Außendarstellung und im Zuge dessen eine Corporate Identity zur Präsentation des Behindertensportes würden zur positiven Wahrnehmung dazu beitragen.

Eine erfolgreiche Sponsoren-Akquisition erscheint nur möglich, wenn sich der Behindertensport von der Konkurrenz abheben kann. Er muss gesund, spannend, gut organisiert, medial vermittelbar sein und zudem Erfolge bringen. Die Gewinnung weiterer schlagkräftiger Sponsoren erscheint hier als eines der wichtigsten Ziele. Das Engagement privater Unternehmen kann professionelle Pressearbeit der Verbände nicht ersetzen, jedoch eine zusätzliche, ergänzende und auch wirksame Unterstützung leisten. Durch Auf- und Umbau der bereits vorhandenen Ansätze der Öffentlichkeitsarbeit im Bereich Social Media, kann beispielsweise Ottobock auf eine einfache Art und Weise mit Partnern und Kunden in Dialog treten. Einträge auf der „Facebook“-Fanpage, Fragen über den „Twitter“-Account, Kommentare auf Blogs und Themenseiten – direkter kann man nicht kommunizieren. Der Behindertensport selbst und all seine Anhänger könnten so mehr mediale Aufmerksamkeit erreichen und den Sport als relevantes Thema kommunizieren. Somit wäre der erste Schritt in die richtige Richtung getan. Auch die Megaplakatwerbung im Berliner Hauptbahnhof, der täglich Hunderttausende Menschen ihre Aufmerksamkeit schenken, ist ein weiteres Beispiel für die PR-Arbeit, den Ideenreichtum und das Engagement eines privaten Unternehmens wie Ottobock. Behindertensportverbände könnten diesen Aufwand (noch) nicht betreiben. Mit der Unterstützung von Sportartikelherstellern oder Lifestylemarken von „Red Bull“ bis „Coca Cola“ wäre hier noch viel möglich. Markenartikler wie „Adidas“, die vor allem den Bereich „Neue Medien“ in ihren Kommunikationsstrategien professionell und systematisch nutzen, zeigen, welche Erfolgsdimensionen eine gezielte Öffentlichkeitsarbeit erreichen kann. Sie können als Vorbild für Ottobock und Co. dienen, auch wenn die verfügbaren Ressourcen dort geringer sind.

Würden beispielsweise private Unternehmen den Fokus in ihren Werbestrategien noch gezielter auf einzelne Spitzensportler legen und die bereits vorhandene Zusammenarbeit und Förderung stärker nach außen kommunizieren, wäre die Möglichkeit gegeben, positive Aspekte des Sports und persönliche Imagewerte eines Sportler mit Behinderung bei der Rezipientenansprache zu vereinen.

Denn laut einer Studie der Marktforschungsagentur „Sport + Markt“ scheint die Gesellschaft offen für Werbung mit gehandicapten Sportlern zu sein. So gaben 73% der Befragten an, dass Spitzensportler mit Behinderung ideal für Werbezwecke sein.¹⁶³ Sportsponsoren werden in der gesellschaftlichen Wahrnehmung oft mit Attributen wie Leistungsstärke und Dynamik in Verbindung gebracht. Doch die Bewertung ihrer Ehrlichkeit und ihres realen Einsatzes für Menschen fällt durch das kommerzielle Eigeninteresse der Unternehmen eher negativ aus. Da die Förderung des Behindertensportspitzensports beide Bereiche anspricht, könnte eine verbesserte und gezielt ausgerichtete Förderung von Spitzensportlern mit Behinderung diesen negativen Faktoren entgegenwirken.

Die Sportler selbst sollten weiterhin für die infrastrukturelle Verbesserung der Sportstätten und Trainingsmöglichkeiten kämpfen und sich selbstbewusst in der Öffentlichkeit präsentieren. Das Einrichten von sogenannten Fanseiten auf Social Media Plattformen, auf den sie ihre Fans auf dem Laufenden halten können, stellt einen ersten Ansatz dar. Denn häufige und breite Medienpräsenz sichert dem Sportler die wichtigsten beiden Erfolgsindikatoren: Bekanntheit und Aktualität zur medialen Vermarktung. Gerade in der Welt der Ästhetisierungsstrategien müssen Sportler mit Einschränkung ein hohes Maß an Sympathiewerten aufweisen. Eine starke Persönlichkeit, die der Gesellschaft zeigt, dass man auch mit Handicap seine Ziele erreichen kann, strahlt positive Attribute und Authentizität aus. Ein sehr hohes Kapital im Zeitalter der medialen Kommunikation.

¹⁶³ Stein, Marcel: Paralympics- Sportler wollen Gleichberechtigung. In: Welt Online. 12.03.2010. URL: <http://www.welt.de/sport/article6718807/Paralympics-Sportler-wollen-Gleichberechtigung.html>. Abrufdatum: 13.06.2012

Summa summarum: Sollen die Ziele des Behindertensports noch besser erreicht werden, so müssen sich die Akteure in den Sportverbänden bei ihrer Medienarbeit kontinuierlich weiter professionalisieren und die Massenmedien müssen das Potential einer vermeintlichen Randsportart besser erkennen. Das Engagement privater Unternehmen kann das nicht ersetzen, sie können aber wesentliche Beiträge in Ergänzung zum Non-Profit-Bereich liefern.

Deshalb ist es – bei allen Risiken, die eine interessengeleitete Kommunikation mit sich bringt – doch im Interesse der Sportler mit Behinderung und ihrer Verbände, dass dieses Segment systematisch erschlossen wird.

Literaturverzeichnis

- **Altenberger, Helmut:** Beiträge zur Lehre und Forschung im Sport. Medien im Sport. Verlag Hofmann Schorndorf. Juli 2002.
ARD, NDR: Die Anfänge der Paralympics.01.07.2008. URL: <http://ard.ndr.de/peking2008/paralympics/geschichte/stokemandeville100.html>. Abrufdatum: 20.05.2012
- AV montage. Mediensport. In: Zeitschrift in Theorie und Geschichte audiovisueller Kommunikation
- **Behinderten-Sportverband Berlin:** Zur Geschichte der olympischen Spiele für Behinderte. URL: <http://www.bsberlin.de/DesktopDefault.aspx?tabid=28&tabIndex=-1>. Abrufdatum: 24.05.2012
- Behindertensport in Sachsen BiS. URL: http://behindertensport-sachsen.de/sbv/bis/download/BIS112_21032012_web.pdf. Abrufdatum: 18.06.2012
- Behindertensportler des Jahres geehrt. In: der Tagesspiegel.11.11.2008. URL: <http://www.tagesspiegel.de/sport/benefiz-gala-behindertensportler-des-jahres-geeht/1368816.html>. Abrufdatum: 17.07.2012
- **Bentele, Verena:** Sport-Geschichte. URL: <http://www.biathlon-bentele.de/sport/geschichte.html>. Abrufdatum: 10.05.2012
- Blinder Langläufer bei Olympia. McKeever schreibt Geschichte. In: merkur-online. 25.01.2012. URL: <http://www.merkur-online.de/olympia-2010-vancouver/aktuell/blinder-langlaeufer-olympia-mckeever-schreibt-geschichte-603862.html>. Abrufdatum: 13.07.2012
- **Bundeszentrale für politische Bildung:** Neue Medien-Internet-Kommunikation. URL: <http://www.bpb.de/shop/zeitschriften/apuz/30956/neue-medien-internet-kommunikation>. Abrufdatum: 18.07.2012
- **Canadian Paralympic Committee:** She doesn't want your sympathy. But her opponents might. URL: <http://www.paralympic.ca/>. Abrufdatum: 13.07.2012
- **Das Internationale Paralympische Komitee:** Logo. URL: <http://www.paralympic.org>. Abrufdatum: 13.07.2012
- **DBS-Präsident:** Pressemitteilungen. Aktuelle Studie vor den Paralympics 2010: Interesse an Leistungen behinderter Athleten auf hohem Niveau. 04.03.2010. URL: <http://www.themenportal.de/sport/aktuelle-studie-vor-den-paralympics-2010-interesse-an-leistungen-behinderter-athleten-auf-hohem-niveau-19742>. Abrufdatum: 15.07.2012
- **DBS-Präsident:** Pressemitteilungen. Aktuelle Studie vor den Paralympics 2010: Interesse an Leistungen behinderter Athleten auf hohem Niveau. 04.03.2010. URL: <http://www.themenportal.de/sport/aktuelle-studie-vor-den-paralympics-2010-interesse-an-leistungen-behinderter-athleten-auf-hohem-niveau-19742>. Abrufdatum: 15.07.2012
- **Der deutsche olympische Sportbund:** Behindertensport: Medien sollen mehr berichten. 22.10.2012 URL: http://www.dosb.de/de/olympia/detail/news/beucher_medien_sollen_mehr_ueber_behindertensport_berichten/. Abrufdatum: 03.05.2012
- **Deutsche gesetzliche Unfallversicherung:** Behindertensport und barrierefreie Sportstätten. In: DGUV Forum. September. 2009. Seite 14
- **Deutscher Behindertensportverband:** Aktuelles von den Paralympics. URL: http://behindertensport-sachsen.de/sbv/bis/download/BIS112_21032012_web.pdf. Abrufdatum: 18.06.2012

- **Deutscher Behindertensportverband:** Mitgliedsverbände-die Landesverbände auf einen Blick. URL: <http://www.dbs-npc.de/dbs-mitgliedsverbaende.html>. Abrufdatum: 18.05.2012
- **Deutscher Behindertensportverband:** Presse. Akkreditierungen für die Paralympics in London 2012. <http://www.dbs-npc.de/paralympics-presse.html>. Abrufdatum: 09.06.2012
- **Deutscher Behindertensportverband:** Sportmedizin.2012. URL: <http://www.dbs-npc.de/sportmedizin-aktuelles.html>. Abrufdatum: 10.05.2012
- **Deutscher Behindertensportverband:** Struktur des deutschen Behindertensportverbandes. URL: <http://www.dbs-npc.de/dbs-struktur.html>. Abrufdatum: 18.05.2012
- **Deutscher Behindertensportverband/National Paralympic Committee:** Logo. URL: <http://www.dbs-npc.de>. Abrufdatum: 13.07.2012
- **Deutscher Bundestag:** Sportbericht der Bundesregierung. 04.12.2006. Seite 43. URL: http://www.bmi.bund.de/SharedDocs/Downloads/DE/Veroeffentlichungen/11_sportbericht.pdf?__blob=publicationFile. Abrufdatum: 15.07.2012
- Die Paralympischen Spiele. URL: <http://www.paralympia.de/>. Abrufdatum: 26.05.2012
- Facebook. Adidas Originals. Fanseite. URL: <https://www.facebook.com/adidasoriginals>. Abrufdatum: 18.07.2012
- Facebook. Heinrich Popow, Fanseite. URL: <https://www.facebook.com/heinrichpopow>. Abrufdatum: 17.07.2012
- Facebook. Heinrich Popow. Nutzerbeiträge. URL: <https://www.facebook.com/heinrichpopow>. Abrufdatum: 18.07.2012
- Facebook. Heinrich Popow. Gefällt mir –Angaben. URL: <https://www.facebook.com/heinrichpopow/likes>. Abrufdatum: 18.07.2012
- Facebook. Kelly Cartwright. Fanseite. URL: <https://www.facebook.com/KellyCartwrightAUS>. Abrufdatum: 17.07.2012
- Facebook. Ottobock Australia. Foto. URL: <https://www.facebook.com/ottobockaussie/photos>. Abrufdatum: 17.07.2012
- Facebook. Ottobock Australia. Freunde. URL: https://www.facebook.com/ottobockaussie/friends?ft_ref=mni. Abrufdatum: 17.07.2012
- Facebook. Ottobock Australia. URL: <https://www.facebook.com/ottobockaussie>. Abrufdatum: 17.07.2012
- Facebook. Ottobock India Fanseite. Likes. URL: <https://www.facebook.com/ottobockindia/likes>. Abrufdatum: 17.07.2012
- Facebook. Ottobock Mexiko. Freunde. URL: www.facebook.com/ottobock.centroamericacaribe/friends?ft_ref=mni. Abrufdatum: 17.06.2012
- Facebook. Ottobock. Organisation. URL: <https://www.facebook.com/pages/Otto-Bock/104099099625538>. Abrufdatum: 18.07.2012
- **Familienratgeber:** Überblick über Nachteilsausgleiche. URL: http://www.familienratgeber.de/schwerbehinderung/ueberblick_nachteilsausgleiche/index.php. Abrufdatum: 06.05.2012
- Foul mit schlimmen Folgen. Siegmann fällt Lienen. In: WAZ. 14.08.2008. URL: <http://www.derwesten.de/sport/foul-mit-schlimmen-folgen-siegmann-faellt-lienen-id19629.html>. Abrufdatum: 21.06.2012
- **Gesundheitsberichterstattung des Bundes:** Ursache der Behinderung. URL: http://www.gbe-bund.de/glossar/Ursache_der_Behinderung.html. Abrufdatum: 07.05.2012

- **Glogner, Tim:** Behinderung- Ein Begriff, mehrere Definitionen. URL: <http://www.myhandicap.de/behinderung-handicap-definition.html>. Abrufdatum: 07.05.2012
- **Goethe Institut:** Soziales in Deutschland. Behinderte in Deutschland- „Wir sind auch toll“. Mai 2008.
- **Gruschwitz, Dieter:** Der Sportsommer im ZDF. ZDF Jahrbuch. 2008. URL: <http://www.zdf-jahrbuch.de/2008/schwerpunkte/gruschwitz.php>. Abrufdatum: 10.05.2012
- **Hahn, Thomas:** Ruhe bis zum letzten Feuerwerk. In: Süddeutsche.de. URL: <http://www.sueddeutsche.de/sport/paralympics-ruhe-bis-zum-letzten-feuerwerk-1.707686>. Abrufdatum: 13.06.2012
- Handicap. Das Magazin für Lebensqualität für Menschen mit Behinderung und ihre Freunde. URL: <http://www.handicap.de/>. Abrufdatum: 18.06.2012
- **Info- Center für Behindertensport:** Behindertensport Organisationen. URL: <http://userpage.fu-berlin.de/~infobspo/adressen/dachverbaende.html>. Stand: 15.05.2012
- **Institut für Sportökonomie und Sportmanagement der Deutschen Sporthochschule Köln:** TV-Marketing im Sport – Instrumente und Randbedingungen. Faktoren des TV-Erfolgs von Sportverbänden. Köln 2006. URL: http://zb-sport.dshs-koeln.de/Hochschulschriften/Dissertationen-Internet/2006/Dirk_Mazurkiewicz/TV-Marketing-im-Sport-12.2006.pdf. Abrufdatum: 22.06.2012
- **International Committee of Sports for the Deaf:** Athletes. URL: <http://www.deaflympics.com/>. Abrufdatum: 16.05.2012
- Interview mit Herrn Heinrich Popow, körperbehinderter Leichtathlet. 04.07.2012
- Interview mit Herrn Karsten Ley, Leitung der Unternehmenskommunikation Ottobock. Abrufdatum: 15.06.2012
- **Kauer, Oliver/Bös, Klaus:** Behindertensport in den Medien. Aachen. 1998. Seite 19
- **Kemper, P./Teipel, D./Heinemann D.:** Selbst- und Fremdbild behinderter Leistungssportler und –Sportlerinnen. Friedrich-Schiller-Universität Jena Institut für Sportwissenschaft. S. 260
- **Kögel, Annette:** Paralympics 2012 in London- die Spiele kehren heim. In: Der Tagespiegel. 08.09.2011
- **Kögel, Annette:** Reporter für die Paralympics in London gesucht. In: Der Tagesspiegel. 24.01.2012. URL: <http://www.tagesspiegel.de/berlin/schule/schreibwettbewerb-reporter-fuer-die-paralympics-in-london-gesucht/6101696.html>. Abrufdatum: 13.07.2012
- **Löscher, Katja:** Der Behindertensport in den Medien. GRIN Verlag. 04.07.2007
- **Ottobock:** Aktuelles. Sportler ehren Sportler des Jahres. 30.11.2012 URL: http://www.ottobock.de/cps/rde/xchg/ob_de_de/hs.xsl/44511.html. Abrufdatum: 17.07.2012
- **Ottobock:** Auf die Plätze-fertig los! Die Ausbildungsbroschüre der Ottobock Firmengruppe. URL: http://www.ottobock.de/cps/rde/xbcr/ob_de_de/646D97-D-01-0908w.pdf. Abrufdatum: 10.07.2012
- **Ottobock:** Daten& Fakten. Umsatz. Nach Geschäftsbereichen URL: http://www.ottobock.de/cps/rde/xchg/ob_de_de/hs.xsl/988.html. Abrufdatum: 25.06.2012
- **Ottobock:** Daten& Fakten. URL: http://www.ottobock.de/cps/rde/xchg/ob_de_de/hs.xsl/204.html. Abrufdatum: 25.06.2012

- **Ottobock:** Dialog-Das Magazin der Ottobock Healthcare Products GmbH. URL: http://www.ottobock.at/cps/rde/xbcg/ob_at_de/otto_bock_sonderheft_maerz_09.pdf. Abrufdatum: 10.07.2012
- **Ottobock:** Die Ottobock Stiftung. URL: http://www.ottobock.de/cps/rde/xchg/ob_de_de/hs.xsl/200.html. Abrufdatum: 30.06.2012
- **Ottobock:** Historie- Fortschritt hat Tradition. URL: http://www.ottobock.de/cps/rde/xchg/ob_de_de/hs.xsl/696.html. Abrufdatum: 25.06.2012
- **Ottobock:** Leidenschaft für Paralympics. Ausstellung. URL: <http://passion.ottobock.com/de/ausstellung/>. Abrufdatum: 17.07.2012
- **Ottobock:** Leidenschaft für Paralympics. URL: <http://passion.ottobock.com/de/home/>. Abrufdatum: 16.07.2012
- **Ottobock:** Online Shop. URL: <https://www.ottobock-shop.de/>. Abrufdatum: 11.07.2012
- **Ottobock:** Otto Bock-C2000. URL: <http://www.youtube.com/watch?v=rdNGS9zz8T8>. Abrufdatum: 17.07.2012
- **Ottobock:** Ottobock weltweit. Qualität Unser Credo. URL: http://www.ottobock.de/cps/rde/xchg/ob_de_de/hs.xsl/207.html. Abrufdatum: 29.06.2012
- **Ottobock:** Ottobock weltweit. Über Ottobock. URL: http://www.ottobock.de/cps/rde/xchg/ob_de_de/hs.xsl/198.html. Abrufdatum: 16.07.2012
- **Ottobock:** Ottobock weltweit. Unsere Philosophie. URL: http://www.ottobock.de/cps/rde/xchg/ob_de_de/hs.xsl/8320.html. Abrufdatum: 27.06.2012
- **Ottobock:** Paralympics are coming home. URL: http://www.ottobock.de/cps/rde/xchg/ob_de_de/hs.xsl/47235.html. Abrufdatum: 13.07.2012
- **Ottobock:** Partnerschaften. Worldwide Partner of the Paralympic Movement. URL: <http://passion.ottobock.com/de/historie/partnerschaft/>. Abrufdatum: 02.07.2012
- **Ottobock:** Über Ottobock. Soziale und regionale Verantwortung. URL: http://www.ottobock.de/cps/rde/xchg/ob_de_de/hs.xsl/698.html. Abrufdatum: 01.07.2012
- Paralympics allgemein, Paralympics 2012 mit Teilnehmerrekord. In: Online Fokus. 20.05.2012. URL: http://www.focus.de/sport/olympia-2012/paralympics-allgemein-paralympics-2012-mit-teilnehmerrekord_aid_755477.html. Abrufdatum: 24. 05. 2012
- Paralympics' Jerome Singleton is world's Fastest Amputee. In: IIP Digital. URL: <http://iipdigital.usembassy.gov/st/english/inbrief/2012/05/201205316591.html#axzz20VIMmnKw>. Abrufdatum: 13.07.2012
- **Persont, Nils:** Deutsche Sporthochschule Köln. Stressbelastung im Rollstuhltennis unter besonderer Berücksichtigung der Medien. URL: <http://www.dtb-tennis.de/downloads/diplomarbeit.pdf>. Abrufdatum: 31.05.2012
- **Petzsche, Annette:** Darstellung und Wirkung des Sports in den Medien II. Behindertensport in den Medien. 2001/2002. URL: www.uni-leipzig.de/~mediensp/seminar/24_Petzsche.doc. Abrufdatum: 14.06.2012
- Private Fotoaufnahme am Bahnhof Gesundbrunnen in Berlin
- Private Fotoaufnahme am Berliner Hauptbahnhof
- **Prof. Dr. Jan Lies:** Öffentlichkeitsarbeit. Gabler Wirtschaftslexikon. URL: <http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Definition/oeffentlichkeitsarbeit.html>. Abrufdatum: 08.07.2012

- **Prokop, Dieter:** Medienforschung. Fischer Taschenbuch Verlag, Frankfurt.
- **Puschke, Martina:** Die Internationale Klassifikation von Behinderung der Weltgesundheitsorganisation. In: Weiber Zeit. 07.April. 2005. Seite 4
- **Rohlfing, Susanne:** Behindertensportler des Jahres. Ein Opfer für ein anderes Leben. In: taz.de URL: <http://www.taz.de/!82662/>. Abrufdatum: 17.07.2012
- **Rosewater, Amy:** These Paralympic Games are a long time coming. In: Team USA. 22.05.2012. URL: <http://www.teamusa.org/US-Paralympics/Features/2012/May/22/These-Paralympic-Games-are-a-Long-time-coming.aspx>. Abrufdatum: 13.07.2012
- **RTL:** Zuschauermarkt. Erfolgreiches Jahr 2011. URL: http://kommunikation.rtl.de/de/pub/unternehmen/i198_1.cfm. Abrufdatum: 13.07.2012
- **Scheu, Hans-Reinhard:** Kein Fernsehen. Kein Ereignis: Von der Gnade televisionärer Wahrnehmung. URL: <http://www.s-port.de/quovadis/0281.html>. Abrufdatum: 03.05.2012
- **Schröder, Stephan:** Pressemitteilungen. Aktuelle Studie vor den Paralympics 2010: Interesse an Leistungen behinderter Athleten auf hohem Niveau. 04.03.2010. URL: <http://www.themenportal.de/sport/aktuelle-studie-vor-den-paralympics-2010-interesse-an-leistungen-behinderter-athleten-auf-hohem-niveau-19742>. Abrufdatum: 15.07.2012
- Science Center Medizintechnik Berlin: Begreifen was uns bewegt. URL: <http://www.sciencecenter-medizintechnik.de/>. Abrufdatum: 12.07.2012
- Science Center Medizintechnik Berlin. Organische Architektur am Potsdamer Platz. URL: http://www.sciencecenter-medizintechnik.de/de/mod_content_page/seite/de_hs_Architektur/index.html. Abrufdatum: 13.07.2012
- **SID:** Gauck besucht Olympische Spiele und Paralympics. In: Online Focus. URL: http://www.focus.de/sport/olympia-2012/olympia-2012-gauck-besucht-olympische-spiele-und-paralympics_aid_750800.html. Abrufdatum: 11.05.2012
- **Sommer, Guist, Christine:** Behinderte in Deutschland- Wir sind auch toll. Mai 2008 URL: <http://www.goethe.de/ges/soz/soz/de3394825.htm>. Abrufdatum: 06.05.2012
- **Sozialgesetzbuch:** § 2 SGB IX Behinderung. URL: <http://www.sozialgesetzbuch-sgb.de/sgbix/2.html>. Abrufdatum: 11.05.2012
- **Spanny, Birgit:** Behindertensport-ein Medienstiefkind?. GRIN Verlag. 14.08.2003. Seite 25
- **Special Olympics:** Our Athletes. URL: <http://www.specialolympics.org/athletes.aspx>. Abrufdatum: 26.05.2012
- Sport und Behinderung, Verändertes Verständnis von Behinderung. In: Fit- Das Wissenschaftsmagazin der deutschen Sporthochschule Köln. 01.06.2010. URL: https://www.dshs-koeln.de/wps/wcm/connect/5cf3d20042e4ec958b72bbd8e926e196/FIT_1_2010.pdf?MOD=AJPERES. Abrufdatum: 13.05.2012
- **Statistisches Bundesamt:** (30.10.2008). Pressemitteilung des statistischen Bundesamtes. 30.10.2008.URL: www.bundesregierung.de/Content/DE/StatischeSeiten/Breg/ThemenAZ/BehinderteMenschen/behinderte-2007-07-05-zahlen-daten-fakten.html. Abrufdatum: 06.05.2012
- **Statistisches Bundesamt:** Schwerbehinderte Menschen nach Altersgruppen, Ländern, Grad der Behinderung. 31.12.2007. URL: [/www.destatis.de/DE/Publikationen/Thematisch/Gesundheit/BehinderteMenschen/SozialSchwerbehinderteKB2007pdf.pdf?__blob=publicationFile](http://www.destatis.de/DE/Publikationen/Thematisch/Gesundheit/BehinderteMenschen/SozialSchwerbehinderteKB2007pdf.pdf?__blob=publicationFile). Abrufdatum: 13.07.2012

- **Statistisches Landesamt Rheinland- Pfalz:** Schwerbehinderte Menschen. In: Statistische Berichte. 2010
- **Stein, Marcel:** Paralympics- Sportler wollen Gleichberechtigung. In: Welt Online. 12.03.2010. URL: <http://www.welt.de/sport/article6718807/Paralympics-Sportler-wollen-Gleichberechtigung.html>. Abrufdatum: 13.06.2012
- **The IPC:** How we do it- Partnerships. Funding partners. Governmental Partners. URL: <http://www.paralympic.org/TheIPC/HWD/Partnerships>. Abrufdatum: 31.05.2012
- **The IPC:** How we do it- Partnerships. International Partners. URL: www.paralympic.org/TheIPC/HWD/Partnerships. Abrufdatum: 03.06.2012
- **The IPC:** How we do it- Partnerships. Media Partners. URL: <http://www.paralympic.org/TheIPC/HWD/Partnerships>. Abrufdatum: 11.06.2012
- **The IPC:** How we do it- Partnerships. The IOC-IPC Partnership. URL: <http://www.paralympic.org/TheIPC/HWD/Partnerships>. Abrufdatum: 01.06.2012
- **The IPC:** How we do it- Partnerships. Worldwide Partners. URL: <http://www.paralympic.org/TheIPC/HWD/Partnerships>. Abrufdatum: 03.06.2012
- **The IPC:** How we do it. Funding. URL: <http://www.paralympic.org/TheIPC/HWD/Funding>. Abrufdatum: 30.05.2012
- **The IPC:** Media Centre. URL: <http://www.paralympic.org/MediaCentre>. Abrufdatum: 09.06.2012
- **The IPC:** What we do. Development. URL: <http://www.paralympic.org/TheIPC/HWD/Development>. Stand: 28.05.2012
- **The IPC:** Who we are. About us. URL: <http://www.paralympic.org/TheIPC/HWA/AboutUs>. Abrufdatum: 15.05.2012
- **The IPC:** Who we are. URL: <http://www.paralympic.org/TheIPC/HWA/AboutUs>. Abrufdatum: 26.05.2012
- The Stoke Mandeville Paralympics. URL: <http://4.bp.blogspot.com/-GmR55eyRToc/Tqw6s9hOZ7I/AAAAAAAAAOio/NmlPT5cRD3Q/s1600/stoke-mandeville-460x250.jpg>. Abrufdatum: 13.07.2012
- Tigers Bußgang. In: Online Focus. 19.02.2012. URL: http://www.focus.de/panorama/welt/golfstar-tigers-bussgang_aid_482180.html. Abrufdatum: 21.06.2012
- **Uni Freiburg:** Wolfgang Kohlrausch und die Geschichte der deutschen Sportmedizin. 2004
- **Vogel, Christoph.** „Sporno“ auch bei der Frauen- WM?. In: RP Online. 08.07.2011. URL: <http://www.rp-online.de/sport/fussball/frauen/wm/sporno-auch-bei-der-frauen-wm-1.1326272>. Abrufdatum: 22.06.2012
- Website PR: Pressearbeit- als Aufgabe im Unternehmen und praktische Grundlagen. URL: <http://v.hdm-stuttgart.de/projekte/websitepr/pressearbeit.php>. Abrufdatum: 08.07.2012
- **Wenk, Eric:** Nicht einmal eine Meldung. In: taz. Die Tageszeitung. 11.06.2012. URL: <http://www.taz.de/Menschen-mit-Behinderung-in-den-Medien!/95042/>. Abrufdatum: 16.06.2012
- **Worms, Lutz/Kemmerling Manfred:** Trampolinspringen mit Schwerstbehinderten. Meyer&Meyer Verlag. 2003. Seite 73
- Youtube: Merkel bei Ottobock. 14.06.2008. URL: <http://www.youtube.com/watch?v=xZfj62JfWY>. Abrufdatum: 17.07.2012
- Youtube. Adidas- Kanal. URL: <http://www.youtube.com/user/adidas/videos>. Abrufdatum: 18.07.2012
- Youtube. Bettina Wulff Repräsentatin Ottobock Health Care GmbH. URL: http://www.youtube.com/watch?v=ujdFZDV_PMI. Abrufdatum: 17.07.2012

-
- Youtube. Ottobock-Kanal. Paralympics London 2012. 04.07.2012. URL: http://www.youtube.com/user/ottobock?feature=results_main. Abrufdatum: 17.07.2012
 - Youtube. Ottobock-Kanal. Videos. URL: <http://www.youtube.com/user/ottobock/videos>. Stand: 17.07.2012
 - Youtube. Ottobock. Qualität fürs Leben mit Rollstühlen von Ottobock Königssee. URL: www.youtube.com/watch?v=2Zvhzazh5vg. Abrufdatum: 17.07.2012
 - Youtube. Rubrik Ottobock. URL: http://www.youtube.com/results?search_query=ottobock&oq=ottobock&gs_l=youtu.be.3..0j0i10.169.1222.0.1613.8.8.0.0.0.0.282.759.2j2j1.5.0...0.0...1ac.yqOlhZZw8fs. Abrufdatum: 17.07.2012
 - Youtube. Rubrik Ottobock. URL: http://www.youtube.com/results?search_query=ottobock&page=1. Abrufdatum: 17.07.2012
 - ZDF Mediathek. Sendungen A_Z. URL: <http://www.zdf.de/ZDFmediathek/beitrag/video/1503312/Die-Behindertensportler-des-Jahres-2011>. Abrufdatum: 17.07.2012

Eigenständigkeitserklärung

Hiermit erkläre ich, dass ich die vorliegende Arbeit selbstständig und nur unter Verwendung der angegebenen Literatur und Hilfsmittel angefertigt habe. Stellen, die wörtlich oder sinngemäß aus Quellen entnommen wurden, sind als solche kenntlich gemacht. Diese Arbeit wurde in gleicher oder ähnlicher Form noch keiner anderen Prüfungsbehörde vorgelegt.

Ort, Datum

Vorname Nachname